



Universität Augsburg
Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät

Medienpädagogik

Arbeitsberichte

Arbeitsbericht

27

Hannah Dürnberger, Theresia Meyer & Anna-Maria Schmidt

Abschließende Evaluation des Projektes i-literacy

Dürnberger, H., Meyer, T. & Schmidt, A.-M. (2009). Abschließende Evaluation des Projektes i-literacy (Arbeitsbericht Nr. 27). Augsburg: Universität Augsburg, Medienpädagogik.

Universität Augsburg
Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät
Institut für Medien und Bildungstechnologie/Medienpädagogik
Prof. Dr. Gabi Reinmann
Universitätsstraße 10, D-86135 Augsburg
Tel. - Fax: +49 821 598 5657
email (Sekretariat): eija.kaindl@phil.uni-augsburg.de
Internet: <http://www.imb-uni-augsburg.de/medienpaedagogik>

Zusammenfassung

In diesem ersten Arbeitsbericht wird die abschließende, summative Evaluation des Projektes i-literacy vorgestellt. i-literacy (kurz für „information literacy“) ist ein Serviceangebot, das die Studierenden beim Erwerb von Informationskompetenz und Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten unterstützt. Es besteht aus mehreren Teilangeboten, wie Tutorien und Workshops, einer Online-Lernumgebung und Sprechstunden- sowie E-Mail-Beratung. Das Projekt wurde seit Beginn des Jahres 2007 konzipiert. Nach Bedarfsanalysen wurde i-literacy ab dem Sommersemester 2008 schrittweise im Studiengang Medien und Kommunikation implementiert. Die Überführung in den Regelbetrieb wurde zu Beginn des Wintersemesters 2009/10 mit der Fertigstellung der Website www.i-literacy.de abgeschlossen. Die abschließende Evaluation hat zum Ziel, die Umsetzung und die Akzeptanz des Angebots sowie insbesondere die Usability der Website zu überprüfen. Es wird eine heuristische Evaluation in Form einer Checkliste, ein Lautes-Denken-Test sowie eine Online-Umfrage mit ergänzenden Interviews durchgeführt. Außerdem werden die Dokumentation der Sprechstunden und E-Mail-Beratung und die Logfiles der Website ausgewertet, um Erkenntnisse über Nutzerschaft und Gründe für die Nutzung zu erhalten und das Angebot noch weiter auf die Bedürfnisse der Studierenden ausrichten zu können.

Schlüsselwörter: i-literacy – Evaluation – Online-Befragung– Usability-Evaluation – Informationskompetenz

Abstract

In this project report we focus on the summative evaluation of the project i-literacy. i-literacy (short for information-literacy) is a service that aims at helping students to acquire information literacy skills and abilities to work scholarly. It consists of multiple elements, such as tutorials, a website, consulting hours and e-mail-consultation. The project was planned and developed since the beginning of 2007. After several analysis of needs, we started to implement the service in the summer of 2008, finishing the implementation in fall 2009 by finalizing the website. This study aims at evaluating the implementation of the program as well as the acceptance of the service among the students. It also seeks to identify deficits of the program as a whole as well as specifically of the website. It takes a closer look onto the usability of the website and also focuses on the numbers of users. The evaluation methods consist of an heuristic evaluation, a thinking-aloud-testing, an online-survey plus interviews and the use of logfiles as well as user-statistics of the counseling hours.

key words: i-literacy – evaluation – online-survey – usability evaluation – information literacy

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	5
1 Evaluationskontext: i-literacy im Studiengang Medien und Kommunikation	6
2 Evaluationskonzept.....	8
2.1 Ziele der Evaluation	9
2.2 Evaluationsmethoden	9
2.2.1 Überprüfung der Usability der Website.....	10
2.2.2 Erhebung der Nutzungszahlen.....	11
2.2.3 Bewertung des Angebots i-literacy.....	11
3 Heuristische Evaluation	12
3.1 Methodisches Vorgehen	12
3.2 Ergebnisse	12
3.3 Folgerungen	13
4 Lautes Denken	14
4.1 Methodisches Vorgehen	14
4.2 Ergebnisse	16
4.3 Folgerungen	21
5 Auswertung der Dokumentation des Beratungsangebots und der Logdateien.....	22
5.1 Methodisches Vorgehen	22
5.2 Ergebnisse	23
5.3 Folgerungen	25
6 Online-Umfrage.....	26
6.1 Methodisches vorgehen	26
6.2 Ergebnisse	26
6.3 Folgerungen	36
7 Ausblick und Konzept für formative Evaluation.....	37
Literaturverzeichnis	39
Anhang	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Angebote von i-literacy nach Studienphasen (Quelle: Heinze, Sporer & Jenert, 2008).....	7
Abbildung 2: Evaluationsziele und Evaluationsmethoden.....	12
Abbildung 3: Anzahl der Beratungen in absoluten Zahlen, SoSe08 bis SoSe09	23
Abbildung 4: Beratungsinhalte E-Mail- und Sprechstundenberatung in absoluten Zahlen für Sose 08, Wise 08/09 und Sose 09	25
Abbildung 5: Wie hast du von i-literacy zum ersten Mal erfahren (Mehrfachantwort)? Angaben in absoluten Zahlen (n=104)	29
Abbildung 6: Für wie nützlich hältst du ein solches Angebot in deinem Studium? Angaben in absoluten Zahlen (n=113).....	30
Abbildung 7: Nutzung der Teilbereiche (Mehrfachantwort). Angaben in absoluten Zahlen (n=66)	31
Abbildung 8: Aussagen zur Website. Angaben in absoluten Zahlen (n=33).	32
Abbildung 9: Was wünschst du dir für die Weiterentwicklung der Seite? Angaben in absoluten Zahlen (n=33).	34
Abbildung 10: Modifiziertes Angebot von i-literacy nach Studienphasen (in Anlehnung an Heinze, Sporer & Jenert, 2008)	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Probanden der Gruppe Anfänger.....	14
Tabelle 2: Probanden der Gruppe Fortgeschrittene	15
Tabelle 3: Anzahl der benötigten Klicks und Tastatureingaben pro Aufgabe und Proband der Gruppe Anfänger	17
Tabelle 4: Anzahl der benötigten Klicks und Tastatureingaben pro Aufgabe und Proband der Gruppe Fortgeschrittene	18
Tabelle 5: Aussagen in der Kategorie Lob	19
Tabelle 6: Aussagen in der Kategorie Kritik	21
Tabelle 7: Befragte nach Studienfortschritt (Semesteranzahl und Studienabschluss)	27
Tabelle 8: Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy?.....	28
Tabelle 9: Offene Frage: Welche Angebote fehlen dir noch im Projekt i-literacy?.....	35
Tabelle 10: Offene Frage: Abschließende Anmerkungen zum Projekt.....	35
Tabelle 11: Verbesserungsvorschläge im Rahmen der qualitativen Interviews.....	36

1 Evaluationskontext: i-literacy im Studiengang Medien und Kommunikation

Das Projekt i-literacy ist ein am Institut für Medien und Bildungstechnologie und der Universitätsbibliothek Augsburg entwickeltes, DFG-gefördertes Teilprojekt des IT-Servicezentrums der Universität Augsburg. Ziel von i-literacy ist es, Informationskompetenz bei Studierenden zu fördern, um eine bessere Studierbarkeit der neuen Bachelor- und Masterstudiengänge zu gewährleisten und die Studierenden mit Kompetenzen auszustatten, die ihnen den Studienalltag erleichtern. Im Fokus stehen dabei die Informationskompetenz, unter der hier die gezielte Suche, Bewertung und begründete Auswahl von Informationsquellen verstanden wird (ACLR, 2000) sowie Kompetenzen, die den Studierenden das wissenschaftliche Arbeiten erleichtern (vgl. HEINZE & SCHNURR, 2009a). Der Aufbau eines Regelbetriebs im Studiengang Medien und Kommunikation startete im Sommersemester 2008 und wurde im Wintersemester 2009/10 durch die Fertigstellung der Online-Plattform abgeschlossen. Das Angebot von i-literacy ist eine Möglichkeit, alle Studierende der Universität Augsburg flächendeckend, ressourcenschonend und doch fachspezifisch und individuell angepasst beim wissenschaftlichen Arbeiten zu unterstützen. Bis jetzt wurde das Projekt im Studiengang Medien und Kommunikation pilotiert. Gerade vor dem Hintergrund einer Ausweitung auf andere Studiengänge, die im Falle einer Weiterfinanzierung erfolgt, ist es wichtig, Verbesserungspotential aufzudecken und bei der Ausweitung zu berücksichtigen.

Konzeptentwicklung nach Bedarfsanalyse unter Studierenden

Das Projekt startete mit einer Bedarfsanalyse (Befragung und Beobachtung), in der die Wünsche und Bedürfnisse der Studierenden erhoben wurden und in die Konzeption der Lerninfrastruktur i-literacy mit einfließen (siehe dazu HEINZE, 2008; HEINZE & SCHNURR, 2009a). Auf Basis einer Benchmark-Studie ähnlicher Angebote anderer Hochschulen und unter Berücksichtigung theoretischer Konzepte zum Online-Lernen wurde schließlich eine Lerninfrastruktur entwickelt, die prototypisch im Studiengang Medien und Kommunikation implementiert wurde.

Lernförderliche Infrastruktur als Basiskonzept von i-literacy

i-literacy steht für information literacy, dem englischen Begriff für Informationskompetenz und besteht aus einer multimedialen Online-Lernumgebung, aus einem Sprechstunden- und E-Mail-Beratungsangebot sowie (teilweise) curricular verankerte Tutorien und Workshops. Dabei sind die Beratungs- und Tutoriumsangebote auf den Studienverlauf abgestimmt, d.h. Studierende können die Angebote entsprechend ihrer Vorkenntnisse und Bedürfnisse im jeweiligen Studienabschnitt nutzen (HEINZE, SPORER & JENERT, 2008).

Die Studienphasen unterscheiden sich dadurch, dass Studierende unterschiedliche Anforderungen an das Angebot zum wissenschaftlichen Arbeiten haben. Im Bachelorstudium wurden drei Phasen identifiziert: Im ersten bis zweiten Semester benötigen die Studierenden Angebote, die ihnen die Grundlagen zum wissenschaftlichen Arbeiten vermitteln. Später werden tiefergehende und detailliertere Informationen und Hilfestellungen benötigt. Gegen Ende des Bachelorstudiums, im fünften bis sechsten Semester, werden vor allem Angebote zur Unterstützung beim Verfassen der Abschlussarbeit genutzt. Das Masterstudium kann in zwei Phasen unterteilt werden. Im ersten Abschnitt kommen Angebote zum Einsatz, die das tiefere Wissenschaftsverständnis, das im Masterstudium gefordert wird, unterstützen. In der zweiten Phase zielen die Angebote wieder auf die Hilfestellung beim Verfassen der Abschlussarbeit ab (siehe dazu ausführlich HEINZE, SPORER & JENERT, 2008; HEINZE & SCHNURR, 2009a).

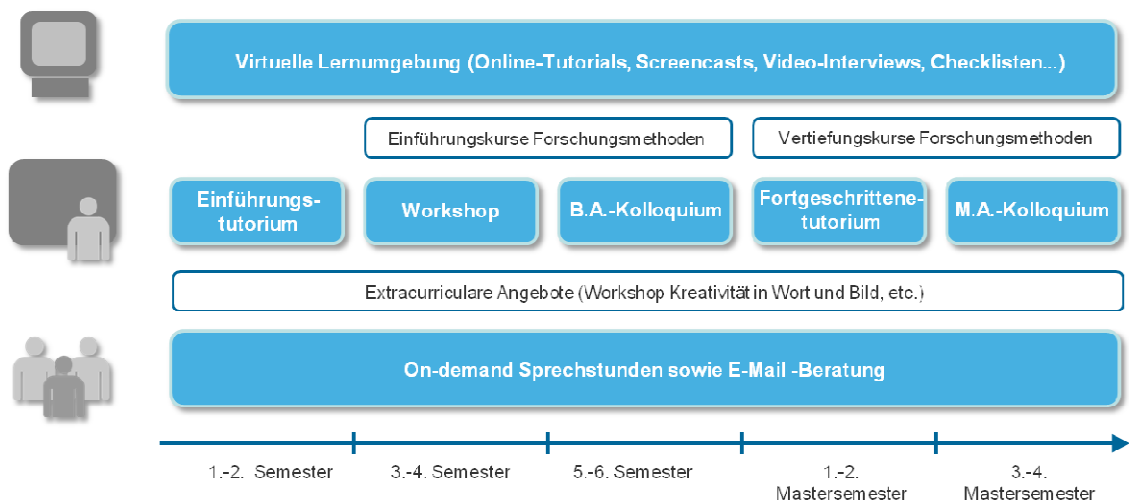


Abbildung 1: Angebote von i-literacy nach Studienphasen (Quelle: HEINZE, SPORER & JENERT, 2008).

Wesentliche Kennzeichen des Angebotes

Das Angebot von i-literacy zeichnet sich dadurch aus, dass es eine lernförderliche Infrastruktur zur Verfügung stellt, welche die Studierenden ihren persönlichen Bedürfnissen entsprechend nutzen können (HEINZE & SCHNURR, 2009a). Die Konzeption und Gestaltung der lernförderlichen Infrastruktur von i-literacy erfolgte nah an den Bedürfnissen und dem Alltag der Studierenden. Die Infrastruktur ermöglicht im Sinne der Überdeterminiertheit vielfältige Zugänge zum Thema Informationskompetenz und wissenschaftliches Arbeiten, sodass die Studierenden je *nach Bedarf* ihr persönliches Angebot zusammenstellen und sich Kompetenzen aktiv aneignen können (ebd.). Beispielsweise können sie lediglich die curricular verankerten Tutorien (z.B. Einführungs-Tutorium bzw. Propädeutikum oder BA-Kolloquium) nutzen, dieses Angebot aber beliebig durch das Hinzuziehen der Online-Plattform oder der Sprechstunden sowie der E-Mail-Beratung ergänzen – je nachdem, wie selbstgesteuert sie lernen und welche Unterstützung sie benötigen.

Wesentliche Kennzeichen der Website

Ebenso wie das Gesamtkonzept des Angebots von i-literacy, wurde auch die Selbstlernumgebung www.i-literacy.de nach dem Prinzip der Überdeterminiertheit gestaltet. Sie ermöglicht durch einen Medienmix aus Screencasts, Videos, Abbildungen und Texten verschiedene Zugänge zu den Inhalten. Die Plattform wurde außerdem so konzipiert, dass sie in Bezug auf die Inhalte nützlich ist und bedarfsorientiert als On-Demand-Ressource genutzt werden kann (HEINZE & SCHNURR, 2009b). So kann sie sowohl als Nachschlagewerk, als auch als Selbstlernumgebung in den Alltag der Studierenden eingebunden werden (laut der Bedarfsanalyse eignen sich 77 % der Studierenden Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten selbst an (HEINZE, 2008)).

Ziel des Arbeitsberichtes

Dieser Arbeitsbericht bildet den Abschluss des zum 31.03.2010 auslaufenden Projekts und soll mit einer abschließenden Evaluation den Erfolg und die Verbesserungschancen des Angebots von i-literacy aufzeigen.

In Kapitel 2 wird das Evaluationsdesign vorgestellt. Die nachfolgenden Kapitel widmen sich den verschiedenen Teilbereichen der Evaluation und stellen die wichtigsten Ergebnisse sowie Verbesserungsvorschläge dar. Einen Ausblick für die Weiterführung des Angebots liefert das abschließende Kapitel. Der Gang der Evaluation orientiert sich dabei an DÖRING (2009).

2 Evaluationskonzept

Die Evaluation des Angebots von i-literacy wird im Wintersemester 2009/10 durchgeführt. Die Evaluation ist dabei sowohl summativ als auch formativ angelegt: Einerseits dient sie zum Ende der Projektförderung durch die DFG als abschließende Evaluation und Bewertung des Konzepts und seiner Implementierung (summative Evaluation, vgl. HOLLING, 2009). Als summative Evaluation hat sie eine Legitimierungsfunktion (vgl. WESSELER, 2009), da entschieden werden soll, ob das Angebot weiter ausgebaut und dabei von der Universität finanziell gefördert wird.¹ Andererseits ist sie darauf ausgelegt, das Projekt weiter zu verbessern und es den Bedürfnissen der Studierenden anzupassen (formative Evaluation). D.h. die abgeleiteten Handlungsempfehlungen werden wenn möglich in der verbleibenden Projektlaufzeit noch umgesetzt, v.a. wenn es sich um kleinere Adaptionen handelt (HOLLING, 2009; WITTMANN, 2009). Diese Philosophie entspricht der zu Beginn des Projektes festgelegten Vorgehensweise: „Das Projekt ist demnach nicht abgeschlossen nach seiner Implementierung und Etablierung, sondern wird auf Basis von ständig laufenden Evaluationen auch bei wechselnden Projektgruppenmitgliedern kontinuierlich weiterentwickelt und den Studierenden bedarfsgerecht angepasst“ (HEINZE & SCHNURR, 2009, S. 14).

Die Grenze zwischen einer summativen, die eine abschließende Bewertung des Nutzens und der Wirkung eines Lehrangebotes vornimmt, und einer formativen Evaluation, die prozessbegleitend ausgelegt ist, ist gerade bei Bildungsangeboten schwer zu ziehen (GLOWALLA, HERDER, SÜBE & KOCH, 2009).

Einschränkung

Das Projekt i-literacy stellt eine lernförderliche Infrastruktur dar, d.h. es verfolgt nicht per se ein Lernziel, wie etwa ein (Online-)Seminar oder eine Vorlesung, sondern dient in erster Linie als Unterstützungs- und Ergänzungsangebot. Eine Analyse des Erreichens von Lernzielen im Sinne einer Kompetenzprüfung ist somit hier nicht möglich; vor allem auch da die Inhalte – wie in der Bedarfsanalyse erhoben (HEINZE, 2008) – häufig autodidaktisch und ohne Anleitung, wie etwa bei einem Selbststudium, erlernt werden und somit kein kausaler Zusammenhang zwischen Lehr-Lern-Methoden sowie dem Outcome seitens der Studierenden hergestellt werden kann. Da das Angebot von i-literacy aufgrund des zugrundeliegenden Konzepts äußerst umfangreich ist, ist es zudem schwierig, alle Bereiche in ihrer Gänze zu erfassen und zu evaluieren.

2.1 Ziele der Evaluation

Da die Lerninfrastruktur i-literacy aufgrund von Bedarfsanalysen entwickelt wurde, ist die Evaluation als Praxis- bzw. eine konsumentenbedürfnisorientierte Evaluation (im Gegensatz zu einer theoriegeleiteten Evaluation) zu verstehen, die bewertet, ob das Angebot den Bedarf der Studierenden tatsächlich deckt (HOLLING, 2009; GLOWALLA, HERDER, SÜBE & KOCH, 2009).

¹ Wobei dies nicht immer nur von Erfolgsfaktoren eines Projektes abhängt.

Als Ziele der Evaluation können die folgenden Aspekte festgehalten werden:

- Ermittlung der *Nutzungszahlen* des Angebots (,Impact‘),
- Überprüfung der *Usability* bzw. Benutzerfreundlichkeit² der Website,
- Bewertung des Angebots von i-literacy und seiner Teilbereiche (Sprechstunden, E-Mail Beratung, Tutorien und Online-Plattform) in Bezug auf *Nützlichkeit, Umfang, Bedarfsorientierung und didaktischem Design* (Qualitätssicherung),
- Ableitung von *Verbesserungsmaßnahmen* (Qualitätsentwicklung).

2.2 Evaluationsmethoden

„In der Regel wird man sich nicht für eine einzelne Methode entscheiden, sondern eine Kombination verschiedener Methoden wählen. So wird man wohl in den wenigsten Fällen Versuchspersonen nur beobachten und nicht auch befragen. Führen verschiedene Methoden zu demselben Resultat, verstärkt das die Zuverlässigkeit des Evaluationsergebnisses (Converging Evidence)“ (GLOWALLA, HERDER, SÜBE & KOCH, 2009, S. 325). Diesem Zitat folgend werden für ein so vielfältiges Angebot wie i-literacy verschiedene Evaluationsmethoden herangezogen und kombiniert (vgl. Abb. 2).

Bei der Evaluation rückt, wie bereits bei den Evaluationszielen erwähnt, die Nutzerperspektive in den Mittelpunkt. „Diese sind es, die über die Annahme der Lernangebote entscheiden und deren Nutzen bewerten.“ (NIEGEMANN, HESSEL, HOCHSCHEID-MAUEL, ASLANSKI, DEIMANN & KREUZBERGER, 2008, S. 310f.). Wo die Meinung der Studierenden jedoch Verzerrungen unterliegt, können non-reaktive Daten helfen. Die Evaluation des Angebots von i-literacy trägt diesem Faktor Rechnung: Der Meinung und den Bedürfnissen der Studierenden wird eine Erhebung, die weniger subjektiven Einflüssen unterliegt, gegenübergestellt. Sie basiert auf Expertenurteilen in Bezug auf die Usability sowie der Auswertung der Dokumentation der Beratungen und der Zugriffszahlen auf die Homepage.

Neben dieser Unterteilung in die Nutzer- und die Expertensicht wird mit der Usability-Überprüfung ein Schwerpunkt auf die Evaluation der Online-Plattform gelegt. Sie soll vor allem als On-Demand-Ressource und als Selbstlernumgebung verwendet werden und um sich als solche etablieren zu können, ist es zwingend notwendig, dass sie vom Aufbau, Struktur und Aussehen her bestimmten Standards genügt und die Studierenden nicht in ihrem Lernprozess stört (KERKAU, 2009). Die Evaluation fokussiert mit der Überprüfung der Benutzerfreundlichkeit der Webseite also einerseits eine eher technische Perspektive, mit der Evaluation des Angebots von i-literacy wird andererseits eine holistische Perspektive eingenommen, die auch die anderen Bereiche der entwickelten Lerninfrastruktur berücksichtigt. Das Evaluationskonzept sieht eine Verschränkung qualitativer mit quantitativer Methoden im Sinne der Triangulation (FLICK, 2006) vor.

2.2.1 Überprüfung der Usability der Website

Usability ist gerade bei E-Learning Angeboten ein wesentliches Qualitätsmerkmal, da sie im negativen Fall Auswirkungen auf den Lernprozess haben, diesen stören oder sogar verhindern kann (NIEGEMANN ET AL., 2008). Die Online-Plattform von i-literacy ist deswegen auf eine besonders ‚gute‘ Usability angewiesen, da es sich um ein On-Demand-Angebot handelt, d.h.

² Der englische Begriff „Usability“ wird häufig mit Nutzbarkeit, Nützlichkeit, Nutzerfreundlichkeit oder Gebrauchstauglichkeit übersetzt (HOGENKAMP, 2008). In diesem Artikel werden Usability und Benutzerfreundlichkeit synonym, die übrigen Begriffe jedoch nicht gleichbedeutend verwendet.

ein Angebot, das die Studierenden genau zu dem Zeitpunkt nutzen können, in dem sie eine Frage haben bzw. sich weiterbilden möchten. Die Auseinandersetzung mit den Inhalten und der Homepage erfolgt in der Regel selbstgesteuert und wird nicht durch ECTS Punkte entlohnt.

Sogenannte Usability-Testing-Methoden können helfen, Probleme eines Systems und Schwierigkeiten, die bei seiner Benutzung auftreten können, zu identifizieren. Die Usability kann jedoch keine Aussagen über die Qualität des didaktischen Designs oder die Nützlichkeit eines Angebots treffen (HOGENKAMP, 2008), weswegen diese Frage in einem weiteren Schritt der Evaluation behandelt wird. Die Verfahren zur Überprüfung der Usability (z.B. Eye-Tracking, Verhaltensbeobachtung, lautes Denken; NIEGEMANN ET AL., 2008), können in benutzer- und expertenorientierte Methoden unterschieden werden. Für die Evaluation der Website www.i-literacy.de wird, wie bereits dargelegt, eine Kombination aus Experten- und Nutzersicht gewählt, um ein umfassenderes Bild der Benutzerfreundlichkeit zeichnen zu können und einerseits die allgemein gültigen Kriterien einer benutzerfreundlichen Seite einzuhalten sowie andererseits insbesondere die Sicht der Nutzer der Website mit einzubeziehen, da das Angebot speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmt wurde (vgl. HEINZE & SCHNURR, 2009; user-centered design). Dadurch können aussagekräftigere Daten produziert und durch die Kombination der Perspektiven mehr Usability-Probleme aufgedeckt werden. Als expertenorientiertes Testverfahren wurde die heuristische Evaluation in Form eines Kriterienkatalogs bzw. einer Checkliste gewählt und als nutzerorientiertes Verfahren das sogenannte laute Denken mit einem abschließenden kurzen Interview kombiniert. Die heuristische Evaluation ist wohl die am weitesten verbreitete expertenorientierte Evaluationsmethode und zeichnet sich durch ihre ressourcenschonende Durchführung aus. Auch das laute Denken, bei dem die Testpersonen bestimmte Aufgaben auf der Webseite absolvieren und ihre Gedanken dabei verbalisieren, ist relativ häufig anzutreffen. Durch die Artikulation der dem Handeln zugrundeliegenden Gedanken werden bereits während des Handelns die subjektiven Wahrnehmungsvorgänge sowie die einzelnen Denkschritte und Erwartungen des Benutzers erfasst. Damit hat man die Möglichkeit, Rückschlüsse über die Eindrücke, Vorhaben und Gefühle der Probanden ziehen zu können (FROMMANN, 2005; NIEGEMANN ET AL., 2008).

Usability wird zudem gerne mit den Begriffen Erlernbarkeit (Lernability), Effizienz (Efficiency) Erinnerbarkeit (Memorability), Fehlerrate (Errors) und Zufriedenheit (Satisfaction) charakterisiert (ebd.). Auch diese Kriterien sollen zur Bewertung der Usability zumindest teilweise herangezogen werden.

Ergänzt wird diese, an den Zielen der Usability ausgerichtete Untersuchung durch Fragen im Rahmen der Online-Befragung, die sich speziell auf den Aufbau, die Strukturierung und den Inhalt der Seite beziehen.

2.2.2 Erhebung der Nutzungszahlen

Um die Nutzungszahlen der Website zu ermitteln, wird auf eine Logdateianalyse zurückgegriffen. Des Weiteren wird die Dokumentation der Beratung (Sprechstunden und E-Mail) für den Zeitraum Sommersemester 2008 bis 2009 ausgewertet. Hier ist vor allem interessant, wie viele Studierende die Beratung nutzen, zu welchen Themen sie Beratung wollen und aus welchem Studienabschnitt sie stammen.

2.2.3 Bewertung des Angebots i-literacy

Um zu überprüfen, wie stark das Angebot bisher genutzt wird, wie zufrieden die Studierenden mit der Beratung, den Tutorien und der Lernumgebung sind und um herauszufinden, welche

Versorgungs- oder Ausbaumöglichkeiten für das Projekt insgesamt bestehen, wird eine Online-Umfrage durchgeführt. Die Online-Befragung hat den Vorteil, dass alle Medien- und Kommunikation-Studierenden, welche sich durch ihre hohe Internetaffinität auszeichnen, gleichermaßen erreicht und erste quantitative Aussagen über die Nutzung des Angebots im Rahmen dieses Studiengangs getroffen werden können. Die Überprüfung des didaktischen Konzepts in Form der Abstimmung auf Studienphasen wird durch qualitative Interviews mit Studierenden, die sich am Ende ihres Studiums befinden (theoretisches Sampling), erhoben. Eine Bewertung der Studienphasen kann nur retrospektiv erfolgen, weswegen auf eine Erhebung im Rahmen der Online-Umfrage verzichtet wurde. Die qualitativen Interviews bieten außerdem die Möglichkeit, Ergebnisse aus der Online-Befragung zu validieren oder Erklärungen für Antworttendenzen zu liefern.

Die Befragung orientiert sich an den oben angeführten Besonderheiten von i-literacy. Hier ist einerseits die *Bedarfsorientierung* als besonderes Merkmal zu nennen, als auch die Orientierung an *Studienphasen* und das zugrundeliegende Konzept der *Überdeterminiertheit*.

Bedarfsorientierung

Zentrale Aspekte der Evaluation des Angebots sind die Akzeptanz des Angebots (Einschätzung der *Nützlichkeit*) sowie die Bewertung des *Umfangs und der Bedarfsorientierung*. Wird das Angebot nicht genutzt, da es nicht als nützlich empfunden wird, muss ein anderer Weg gefunden werden, die Vermittlung von Informationskompetenz langfristig im Studium zu integrieren.

Überdeterminiertheit

Das Konzept der lernförderlichen Infrastruktur basiert auf dem Prinzip der Überdeterminiertheit. Dieses ermöglicht einen Zugang zur Lerninfrastruktur über mehrere Wege. Zeigt die Evaluation jedoch, dass die Studierenden bestimmte Wege, sprich Teilangebote nicht nutzen oder sehr negativ bewerten, könnte man diese zugunsten eines stärkeren Ausbaus anderer Teilbereiche wegfallen lassen.

Studienphasenorientierung

Auch soll das zugrundeliegende Konzept der Strukturierung in Abhängigkeit von Studienphasen evaluiert werden. Hier ist es wichtig zu klären, ob diese Strukturierung tatsächlich mit dem Studienverlauf der Studierenden übereinstimmt.

Usability

Die Online-Umfrage enthält auch einen Fragenblock zu den Inhalten und dem Aufbau der Website. Die Website soll sowohl als Selbstlernumgebung als auch als Nachschlagewerk fungieren. Die Inhalte der Lernumgebung wurden deshalb so entwickelt, dass sie den Lerner direkt ansprechen, anwendungsorientiert strukturiert sind (d.h. die Schritte, die beim wissenschaftlichen Arbeiten vollzogen werden, abgebildet werden) und auch die konkrete Umsetzung ermöglichen (HEINZE & SCHNURR, 2009b). Aus diesen Gestaltungsansätzen (Übersichtlichkeit, Anwendungsbezug, Umfang, Vielfalt, Strukturiertheit, Schwierigkeitsgrad, Nützlichkeit, Verständlichkeit) wurden Items generiert, die mit allgemeinen Aussagen zur Usability der Seite kombiniert wurden. Somit können die qualitativen Ergebnisse der Usability-Evaluation vor dem Hintergrund der quantitativen Aussagen zur Website in Bezug auf Nützlichkeit, Bedarfsorientierung und Überdeterminiertheit interpretiert werden.

Die Abbildung zeigt die herangezogenen Evaluationsmethoden und die Evaluationsziele im Überblick. Die nachfolgenden Kapitel beschreiben jeweils das methodische Vorgehen, die Ergebnisse und die Folgerungen.

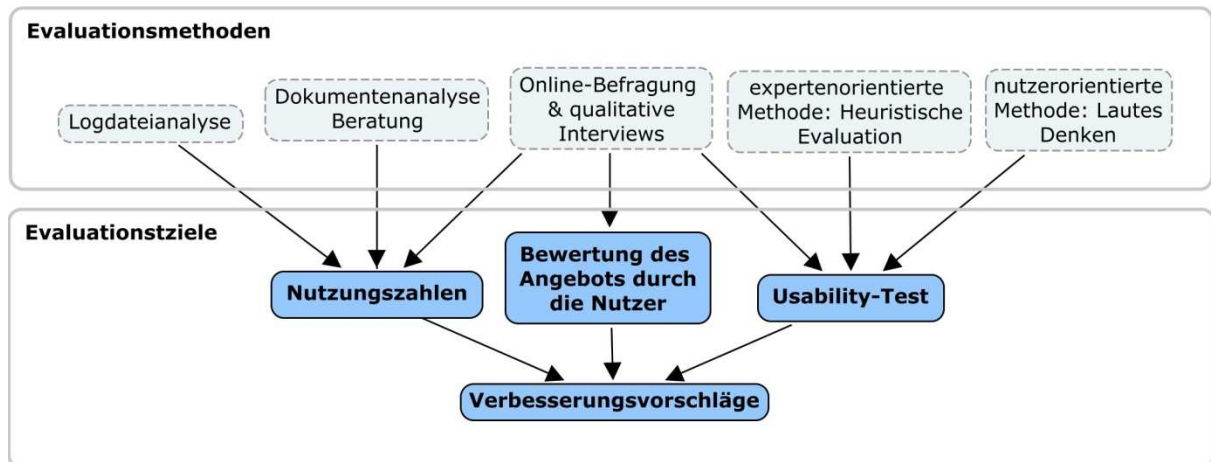


Abbildung 2: Evaluationsziele und Evaluationsmethoden

3 Heuristische Evaluation³

3.1 Methodisches Vorgehen

Um die Website www.i-literacy.de auf ihre Benutzertauglichkeit zu testen wurde die expertenorientierte Methode der heuristischen Evaluation gewählt, bei der ein Experte die Benutzeroberfläche anhand eines Kriterienkatalogs (Heuristik) beurteilt und bewertet. Für die Evaluation wurde der mit 113 Kriterien wohl umfangreichste Kriterienkatalog von NIELSEN UND TAHIR (2002) herangezogen und zwei Durchgänge durchlaufen: einen ersten, der das Erfüllen oder Nicht-Erfüllen einer Kategorie festhält und einen zweiten, der die Probleme, die auftauchen genauer benennt.⁴

3.2 Ergebnisse

Alle, bis auf 12 Kriterien, konnten erfüllt werden, oder trafen für die Website nicht zu. Zusammenfassend zeichnet sich die Website durch eine verständliche Navigation aus, innerhalb der sich jeder Nutzer sofort zurechtfindet. Die Lernumgebung ist klar strukturiert und die Inhalte sind in einer einfachen Sprache verfasst. Positiv hervorzuheben ist auch die Suchfunktion, die an ihrer markanten Stelle dem Besucher sofort auffällt. Sie durchsucht automatisch die ganze Website präsentiert und dem Nutzer sinnvolle Ergebnisse. Allerdings hat sich durch die heuristische Evaluation der Website herausgestellt, dass noch einige Defizite bestehen, die im Folgenden erläutert werden.

Zum Einen wird der Zweck der Seite nicht deutlich. Es fehlt eine Tagline, d.h. ein kurzer Slogan, der den Mehrwert, die die Seite bietet, zusammenfasst. Deshalb sollte ein passender Slogan zu i-literacy gefunden werden, der nach kurz, einfach und präzise ist. Auch in Hinblick auf die Verwendung der Seite als Open Educational Ressource (HEINZE & SCHNURR, 2009), wäre es sinnvoll einen Untertitel zu wählen, wie etwa „Informationskompetenz und wissen-

³ Die Begriffslage ist hier zeitweise unklar; Niegemann et al. (2008) differenzieren die Analyse einer Website auf Basis eines Kriterienkatalogs von der heuristischen Evaluation, während Hogenkamp (2008) eben diese Analyse als heuristische Evaluation bezeichnet.

⁴ Die Ergebnisse des ersten Durchlaufs befinden sich im Anhang.

schaftliches Arbeiten“, oder „Lernumgebung zum wissenschaftlichen Arbeiten“. Zum Anderen fordern NIELSEN UND TAHIR (2002), dass sich das Design der Homepage (sprich: Startseite) klar von den anderen Unterseiten differenzieren soll. Da dies auf der momentanen Website von i-literacy nicht gegeben ist, ist dem Besucher nicht sofort bewusst, dass er sich (wieder) auf der Startseite befindet. Des Weiteren wird empfohlen, das Unternehmen, das das Angebot erstellt hat, stärker zu positionieren und einen Pressebereich einzurichten. Beide Punkte sind für die Website www.i-literacy.de verbesserungswürdig. Die Sprache der Website ist zwar insgesamt sehr verständlich und klar, dennoch werden an einigen Stellen Abkürzungen nicht ausreichend geklärt. Zum einen ist auf der Homepage die Rede von „frequently asked questions“, allerdings fehlt hierbei der Verweis auf die Abkürzung „FAQ“. Auch der Begriff UB (unter „1.1 Literaturlisten und Semesterapparate“) wird nicht erklärt.

In Bezug auf die Verlinkungen der Website sollten die besuchten Links sich von den nicht besuchten Links farblich unterscheiden und auf der Startseite kein aktiver Link zur Startseite zu finden sein. In Bezug auf die URL bleibt festzuhalten, dass hier ähnliche Schreibweisen, Abkürzungen o.ä. ebenfalls registriert und auf die Seite verlinkt werden sollten. Ein letzter Kritikpunkt ist, dass für den Besucher nicht erkenntlich ist, zu welcher Zeit der Inhalt der Seite das letzte Mal aktualisiert wurde.

3.3 Folgerungen

Die heuristische Evaluation zeigte, dass die Seite einen Großteil der von Experten festgelegten Usability-Kriterien erfüllt und sich durch einen gelungenen Aufbau auszeichnet. Aus den Ergebnissen der heuristischen Evaluation lassen sich folgende Verbesserungspotentiale identifizieren:

- **Den Zweck der Website kommunizieren.** Für die bessere Orientierung der Besucher sollte eine Tagline (ein Slogan) eingeführt werden. Die Formulierung „Informationskompetenz und wissenschaftliches Arbeiten“ würde sich hier anbieten.
- **Informationen über das Projekt und das Institut kommunizieren.** Um Informationen kommunizieren zu können, fehlt ein „Presse“-Bereich auf der Website. Da für das Institut für Medien und Bildungstechnologie (imb) ein solcher Bereich bereits existiert, sollte von i-literacy aus auf diesen Pressebereich verlinkt werden.
- **Inhalt.** Da die verwendeten Abkürzungen (z.B. FAQ, UB) möglicherweise nicht für jeden Besucher verständlich sind, sollte darauf geachtet werden, das Akronym bei der ersten Nennung in Klammern zu setzen. Die Website sollte gezielt in Bezug auf nicht erklärte Abkürzungen überarbeitet werden.
- **Links.** Um die Website-Besucher mehr zu unterstützen, wäre es angebracht unterschiedliche Farben für besuchte und nicht besuchte Links zu benutzen.
- **Navigation.** Sowohl das i-literacy Logo, als auch der „Start“-Navigationspunkt sind auf der Startseite aktiv. Zur besseren Orientierung des Nutzers, sollten diese beiden aktiven Links von der Homepage genommen werden.
- **URLs.** Wenn die URL <http://www.i-literacy.de> in den Webbrowser getippt wird, ändert sich die Anzeige beim Laden in <http://i-literacy.e-learning.imb-uni-augsburg.de/>. Dies verwirrt den Besucher, kann jedoch aus technischen Gründen nicht umgesetzt werden. Bei www.i-literacy.de handelt es sich um eine Weiterleitung, die den Vorteil bietet, dass danach in der URL ersichtlich wird, dass es sich um eine von einer Universität entwickelte und betriebene Seite handelt (ein Qualitätsmerkmal). Wenn der Domainname [www.i-literacy](http://www.i-literacy.de) in einer falschen Schreibweise in den Browser getippt

wird, gibt es keine Möglichkeit für den potentiellen Besucher dennoch die Website zu erreichen, da der Domainnamen in keiner anderen Schreibweise zusätzlich registriert ist. Es stellt sich die Frage, ob i-literacy zusätzlich über andere Domainnamen (wie z.B. iliteracy oder i.literacy) zu erreichen sein soll.

- **Technische Probleme.** Wenn kritischer Content auf der Website fälschlich veröffentlicht wurde, ist die Website von i-literacy darauf nicht vorbereitet. Es sollte deshalb ein Notfallplan erstellt werden, wie mit diesem kritischen Content umgegangen werden soll. Beispielsweise bietet sich an, dass eine in diesem Fall eine sehr einfach gehaltene Homepage mit nur wenigen Basisinformationen veröffentlicht wird.
- **Datum und Zeit.** Zur besseren Orientierung auf der Website wäre eine Angabe über den Zeitpunkt der letzten Aktualisierung wünschenswert. Da i-literacy vor allem eine Lernumgebung ist, in der nicht oft Inhalte verändert oder ausgetauscht werden, ist nicht angebracht, jeden Beitrag mit einem Datum zu versehen. Hier sollte deshalb ein Kompromiss gefunden werden – beispielsweise könnte innerhalb des Impressums auf das Datum der letzten Aktualisierung hingewiesen werden.

4 Lautes Denken

4.1 Methodisches Vorgehen

Mit dem lauten Denken können qualitative Daten zur Bewertung des Lernangebots gesammelt sowie die Gebrauchstauglichkeit und Bedienungsfreundlichkeit von Systemen überprüft werden. Dadurch kann sicher gestellt werden, dass die angebotenen Inhalte den Vorstellungen, Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe entsprechen (FROMMANN, 2005; NIEGEMANN ET AL., 2008). Zur Auswahl der Probanden wurde ein Sample verwendet, das die Studierendenschaft des Studiengangs Medien und Kommunikation gut abbildet. Die insgesamt sieben Probanden⁵ wurden entsprechend ihrer Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten in zwei Gruppen (Anfänger und Fortgeschrittene) geteilt.

Tabelle 1: Probanden der Gruppe Anfänger

Gruppe „Anfänger“	Studienfortschritt
P2	1. Semester Bachelor
P3	3. Semester Bachelor
P6	3. Semester Bachelor
P7	1. Semester Bachelor

Tabelle 2: Probanden der Gruppe Fortgeschrittene

Gruppe „Fortgeschrittene“	Studienfortschritt
P1	1. Semester Master
P4	5. Semester Bachelor
P5	5. Semester Bachelor

⁵ In diesem Arbeitsbericht wird zur Anonymisierung der Probanden und der leichteren Lesbarkeit halber nur die männliche Form Proband verwendet.

Es wurden zwei unterschiedliche Aufgabenszenarien für Studierende aus den unteren Semestern (Anfänger) sowie aus den höheren Bachelor- und den Master-Semestern (Fortgeschrittene) entworfen, um den unterschiedlichen Vorkenntnissen bezüglich des wissenschaftlichen Arbeitens gerecht zu werden. Die Aufgaben betrafen unterschiedliche Bereiche der Website, um möglichst viele Usability-Probleme zu ermitteln.⁶

Um die Teilnehmer über die Hintergründe, Vorgehensweise, Anforderungen sowie den Ablauf der Untersuchung aufzuklären, wurde die Instruktion schriftlich vorgelegt. Nachfragen und Verständnisprobleme nach der Lektüre wurden individuell beantwortet, wobei darauf geachtet wurde, dass die Fragen der Probanden ähnlich beantwortet werden. Nur einem der zufällig ausgewählten Probanden war das Angebot bereits bekannt. Nach einer Übungsaufgabe, die dazu diente, die Technik des lauten Denkens durch Feedback zu verbessern, hatten die Probanden Zeit, sich mit der Website vertraut zu machen. Danach erhielten sie die Aufgaben, die sie mit der Technik des lauten Denkens kommentieren sollten. Abgeschlossen wurde das laute Denken durch ein Interview, in dem Daten zur allgemeinen Zufriedenheit mit der Website, zur Selbsteinschätzung bei der Lösung der Aufgaben und Verbesserungsvorschläge erhoben wurden.

Die erhobenen Daten wurden mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING (2002) nach den folgenden Fragestellungen ausgewertet:

- Welche Probleme haben die Probanden mit der Website?
- Wie ist die allgemeine Zufriedenheit mit der Website?
- Welche Verbesserungsvorschläge äußern die Probanden sowohl implizit als auch explizit?

Das aufgezeichnete Video- und Tonmaterial wurde transkribiert und strukturiert, indem Kategorien gebildet wurden. Die Interviews wurden transkribiert und zu Kernaussagen zusammengefasst. Diese wurden zur Auswertung ebenfalls in Kategorien eingeordnet. Um die Usability-Probleme, die sich für die einzelnen Probanden ergaben, identifizieren zu können, wurden diese in Cluster bzw. Kategorien eingeteilt. Es wurden die Kategorien (1) Aufgabenstellung, (2) Übersichtlichkeit, (3) Schwachstellen sowie (4) Begriffszuordnung gebildet. Unter die Kategorie *Aufgabenstellung* fallen alle Probleme, die nicht die Usability der Website betreffen, sondern spezielle Schwierigkeiten der Probanden mit einer Aufgabe des lauten Denkens darstellen. Die Probleme, die in diese Kategorie aufgenommen wurden, stellen demnach keine echten Usability-Probleme dar. Sie werden deshalb in der Auswertung nicht weiter berücksichtigt. Zur Kategorie *Übersichtlichkeit* zählen Schwierigkeiten der Probanden, sich auf der Website zurechtzufinden bzw. einen Überblick zu gewinnen. Als *Schwachstelle* werden Probleme eingestuft, die sich auf nicht funktionsfähige Bestandteile der Website beziehen und somit ein Hindernis für den Benutzer darstellen. In die Kategorie *Begriffszuordnung* fallen alle Usability-Probleme, die daraus resultieren, dass der Proband Schwierigkeiten hat, den gesuchten Begriff in der Navigation wiederzuentdecken oder einem Navigationspunkt zuzuordnen.

RUBIN (1994) schlägt vor, die Probleme nach ihrer Schwere anhand einer vierstufigen Skala einzustufen, um sie entsprechend ihrer Dringlichkeit bearbeiten zu können. Stufe 1 („irritant“) fasst Probleme zusammen, die nur von Zeit zu Zeit auftauchen und vom Nutzer leicht umgangen oder bewältigt werden können. Aber auch kosmetische Schwierigkeiten zählen zu dieser

⁶ Die Aufgaben finden sich im Anhang.

Stufe. Zur zweiten Stufe („moderate“) zählt RUBIN Schwierigkeiten, die zwar irritieren, mit denen der Benutzer das Produkt jedoch noch verwenden kann. Schwerwiegendere Probleme gruppiert er in der dritten Stufe, die er als „severe“ umschreibt. Kennzeichnend hierfür ist, dass der Nutzer wahrscheinlich an sein Ziel gelangt, aber durch das Produkt sehr stark eingeschränkt wird. In der vierten Stufe („unusable“) finden sich die schwerwiegendsten Usability-Probleme wieder. Hier kann der Nutzer einen bestimmten Teil des Produkts nicht verwenden, da es beim Design oder bei der Implementierung zu einem Fehler gekommen ist.⁷ Die in der Analyse identifizierten Probleme wurden daher anhand dieser Skala eingestuft.

Die Usability eines Web-Angebots wird häufig über die Aspekte Learnability, Memorability, Efficiency, Errors und Satisfaction bestimmt (NIEGEMANN ET AL., 2008). Die Learnability bezieht sich darauf, wie leicht es den Benutzern fällt, grundlegende Aufgaben zu erfüllen bzw. das System zu erlernen. Die Effizienz bezeichnet dabei, wie schnell bzw. aufwändig es ist, Aufgaben zu erledigen. Die Erinnerbarkeit zielt darauf ab, dass Abläufe erinnert und wiederholt werden können (oder immer wieder neu erlernt werden müssen). Die Fehlerrate und die Schwere der Fehler kann ebenfalls Aussagen über die Usability einer Seite zulassen und die Zufriedenheit spielt vor allem auf das subjektive Befinden der Nutzer bei der Auseinandersetzung mit der Seite ab (Niegemann et al., 2008; Hogenkamp, 2008). Die gewonnenen Daten werden daher in einem zweiten Schritt anhand dieser Usability-Aspekte analysiert.

4.2 Ergebnisse

Bei der Auswertung der Daten nach den Kategorien Übersichtlichkeit, Schwachstellen und Begriffszuweisung traten die folgenden Usability-Probleme auf:

Auf www.i-literacy.de konnten drei Usability-Probleme auf der Stufe irritant identifiziert werden, die aus einer mangelnden **Übersichtlichkeit** der Texte und Tabellen resultieren.⁸ Je nach Funktion, die die Seite übernimmt, können diese Probleme als störend empfunden werden oder nicht. Die Website ist darauf ausgerichtet, einerseits als Nachschlagewerk, andererseits als Selbstlernumgebung zu fungieren. Für solch eine Selbstlernumgebung sind längere Texte und komplexere Tabellen notwendig, die bei einer schnellen Informationssuche für die Nutzer unübersichtlich wirken.

Innerhalb der Kategorie **Schwachstellen** hat das laute Denken drei unterschiedliche Usability-Probleme in den Stufen moderate und severe aufgedeckt. Ein moderates Problem stellte das Glossar dar. Einige Begriffe, die darin vermutet wurden, waren nicht enthalten. Ein schwerwiegendes (severe) Usability-Problem hat sich in Bezug auf die Frequently Asked Questions herausgestellt. Informationen, die in den FAQs enthalten waren, fanden sich nicht in der Lernumgebung wieder.

Am häufigsten traten Probleme mit der **Begriffszuweisung** auf. Diese Schwierigkeiten stellen ein Hindernis für den Bedienbarkeit von www.i-literacy.de dar, sind jedoch nicht sehr gravierend und wurden deshalb als irritant bzw. moderate eingestuft. Die Probanden konnten sich in vielen Fällen nicht vorstellen, welche Inhalte hinter einzelnen Navigationspunkten stecken bzw. vermuteten manche Informationen in völlig anderen Kapiteln. Besonders auffällig war, dass alle drei Probanden aus der Gruppe der Fortgeschrittenen Probleme hatten, das Kapitel

⁷ RUBIN (1994) schlägt außerdem vor, die Probleme anhand einer weiteren Skala einzuordnen, die die Wahrscheinlichkeit, mit der Probleme bei den Nutzern auftreten, festhält. Diese Skala findet bei diesem Versuchsaufbau keine aussagekräftige Anwendung, da die Fallzahl dafür zu gering ist.

⁸ Im Anhang finden sich ausführliche Tabellen, die die Aufgabe beinhalten, bei der das Problem aufgetreten ist, das Problem selbst, Verbesserungsvorschläge und die Probanden, bei denen die Probleme aufgetreten sind.

„Zitieren“ zu finden. Die Probanden waren sehr überrascht, als sie das Zitieren unter „Überarbeiten“ fanden, da es aus ihrer Sicht bereits zum Schreibprozess gehört. Ein weiteres Usability-Problem, das alle drei Probanden der Gruppe der Fortgeschrittenen hatten, betraf das Kapitel „Methoden“. Die Probanden waren von der Unterteilung in qualitative und quantitative Methoden verwirrt und wünschten sich eine Navigation, bei der zuerst die konkreten Methoden ausgewählt werden können und danach weiter differenziert wird. Ein weiteres Zuordnungsproblem stellte sich mit dem Finden des Zeitplans für eine Abschlussarbeit heraus. Die Probanden vermuteten diesen Zeitplan nicht im Kapitel „Themenfindung“, sondern im Kapitel „Wissenschaftliches Schreiben“.

Bei der Analyse der Daten anhand der eingangs erwähnten Usability-Aspekte konnten folgende Schlüsse gezogen werden:

Der Aspekt **Erlernbarkeit** (Learnability) beschreibt, wie schnell der User die Handhabung des Angebots erlernen. Die Learnability wird in der Regel mit einem Zeitvergleich zwischen zwei Nutzungszeitpunkten gemessen (NIEGEMANN ET AL., 2008). Auf eine Zeitmessung wurde in diesem Versuchsaufbau verzichtet. An verschiedenen Stellen (vgl. KERKAU, 2009) wird die Gültigkeit einer Zeitmessung beim lauten Denken angezweifelt, da das Artikulieren einen Einfluss auf die Verweil- bzw. Bearbeitungsdauer haben kann. Bei der Durchführung konnte unterdessen auch beobachtet werden, dass die Probanden für die Aufgabenlösung umso länger brauchten je ausführlicher sie ihre Vorgehensweise und Probleme schilderten, weshalb ein Vergleich der Zeiten zwischen den Probanden ausgeschlossen wurde. Der Usability-Aspekt Erlernbarkeit wurde also mit der durchgeführten Untersuchung nicht erfasst. Gleiches gilt für den Aspekt der Erinnerbarkeit, der erst bei einer wiederholten Nutzung der Lernumgebung gemessen werden kann und somit ebenfalls nicht im Versuchsaufbau enthalten war.

Der Aspekt **Effizienz** (Efficiency of use) bezieht sich auf den Aufwand für die Handhabung des Angebots. Dabei sollten möglichst wenige Klicks und Tastatureingaben erforderlich sein, um zu den gesuchten Inhalten zu gelangen und sie zu bearbeiten. Dieses Kriterium setzt sich also mit dem kognitiven Aufwand eines Lernenden auseinander, der das Lernsystem bedient (NIEGEMANN ET AL., 2008). Anhand des Videomaterials konnten die benötigten Klicks der Probanden für jede einzelne Aufgabe nachverfolgt werden. Sie verteilen sich wie folgt:

Tabelle 3: Anzahl der benötigten Klicks und Tastatureingaben pro Aufgabe und Proband der Gruppe Anfänger

	Aufgabe 1	Aufgabe 2	Aufgabe 3	Aufgabe 4	Aufgabe 5
Erforderliche Klicks	3	2	2	5	3
P2	7	2	2	9*	8*
P3	3	4*	2	12*	3
P6	3	2	2	11*	11
P7	3	6	2	9*	7*

Mit einem Sternchen wurden diejenigen Fälle gekennzeichnet, bei denen die Versuchsleiter den Teilnehmern Hinweise zur Lösung der Aufgabe gaben, wenn für sie ersichtlich war, dass der Proband alleine nicht weiter kam und vor dem Abbruch der Aufgabe stand.

Bei Aufgabe 1 hat nur ein Proband der Anfänger-Gruppe mehr Klicks gebraucht als eigentlich erforderlich. Grund hierfür war eine Unklarheit der Aufgabenstellung. Bei Aufgabe 2 zeichnet sich ein gemischtes Bild ab: Zwei Probanden haben die Aufgabe auf dem schnellstmöglichen

Weg gelöst, zwei hatten Probleme mit der fehlenden Übersichtlichkeit auf den jeweiligen Seiten. Sie hatten bei dieser Aufgabe die Unterseite mit gesuchten Informationen zwar schon gefunden, empfanden die Seite aber als zu überladen und klickten deshalb weiter. Aufgabe 3 konnte von allen Probanden ohne Schwierigkeiten gelöst werden, wohingegen Aufgabe 4 allen Probanden Probleme bereitete. Sehr unterschiedlich sah die Lösung der Aufgabe 5 aus. Während P3 diese Aufgabe sofort lösen konnte, konnten die anderen drei Teilnehmer die Lösung aufgrund der Begriffszuordnung nicht sofort finden.

Insgesamt haben die Probanden der ersten Gruppe größtenteils mehr Klicks gebraucht, weil sie entweder die Aufgabenstellung nicht verstanden oder Probleme bei der Begriffszuordnung hatten. Bei allen Aufgaben, außer Nummer 4, war mindestens eine Testperson in der Lage die Idealzahl der Klicks zu erreichen.

Bei der Gruppe der Fortgeschrittenen zeigte sich ein etwas anderes Bild:

Tabelle 4: Anzahl der benötigten Klicks und Tastatureingaben pro Aufgabe und Proband der Gruppe Fortgeschrittene

	Aufgabe 1	Aufgabe 2	Aufgabe 3	Aufgabe 4	Aufgabe 5
Erforderliche Klicks	4	3	3	2	3
P1	6	9*	3	4	3
P4	6	10	8	5	7
P5	10	13	4	12	6

Bei den Aufgaben 3 und 5 fand zumindest ein Proband, den schnellsten Weg. P5 benötigte bei Aufgabe 3 einen Klick mehr als absolut notwendig. P4 konnte allerdings den gesuchten Begriff nicht den Beschreibungen in der Navigation zuordnen. Auch bei Aufgabe 5 mussten P4 und P5 öfter klicken, da sie Schwierigkeiten mit der Begriffszuordnung und der Übersichtlichkeit der Seiten hatten. Bei den Aufgaben 1, 2 und 4 haben alle Teilnehmer mehr Klicks als das absolute Minimum gebraucht. Grund hierfür waren überwiegend Probleme mit der Begriffszuordnung, aber bei Aufgabe 2 auch Schwachstellen auf der Website selbst wie fehlende Verlinkungen oder nicht vorhandene Begriffe im Glossar. Bei diesen Aufgaben vermuteten die Teilnehmer die gesuchten Inhalte oft unter anderen Navigationspunkten bzw. konnten der Struktur und Untergliederung in der Navigation nicht folgen.

Auch die Probanden der Fortgeschrittenen-Gruppe benötigen oft mehr Klicks als eigentlich notwendig. Anders als bei der Gruppe der Anfänger war keine Aufgabe dabei, die alle auf Anhieb lösen konnten, was daran liegen mag, dass diese Gruppe mit schwerer lösbaren Aufgaben konfrontiert wurde.

Die **Fehlerrate** (Errors) und die Schwere der Fehler sollten bei einem Lernsystem so gering wie möglich sein. Das impliziert, dass das Angebot selbst keine Fehler aufweist und Bedienfehler von Usern verhindert werden oder dem Lernenden helfen, diese Fehler zu beseitigen (NIEGEMANN ET AL., 2008). Als Fehler wurden solche Aktionen gewertet, die nicht zielführend waren, der User also nicht zum gewünschten Ergebnis kam und die Lösung nicht fand. In diesen Fällen haben die Versuchsleiter Hinweise gegeben und nachgefragt, um Informationen darüber zu erhalten, ob die Teilnehmer die Ergebnisse an dieser Stelle vermutet hätten und ihnen die Möglichkeit zu geben, Verbesserungsvorschläge oder Kritik anzubringen.

Tabelle 3 und 4 zeigen bereits eine Aufstellung darüber, bei welchen Aufgaben die Probanden keine Lösung gefunden haben (mit Sternchen gekennzeichnete Fälle). Auffallend ist, dass von

der Gruppe der Fortgeschrittenen nur ein Proband bei der Aufgabe 2 die Hilfe der Versuchsleiter benötigte. Bei dieser Gruppe ist die Fehlerrate also relativ gering, wenn man zum Vergleich die Gruppe der Anfänger mit insgesamt sieben Fehlern heranzieht. Die Schwere der Fehler befindet sich schwerpunktmäßig auf den unteren beiden von RUBIN (1994) vorgeschlagenen Stufen. Lediglich ein Problem wird mit severe bewertet. Somit können die Probleme als wenig gravierend bezeichnet werden.

In den Aspekt **Zufriedenheit** (Satisfaction) fließen alle anderen Kriterien mit ein, da hier gemessen wird, wie zufrieden der Lernende aus seiner subjektiven Sicht heraus mit dem Angebot ist. Hier wird auch deutlich, inwiefern der User die Lernumgebung akzeptiert und sie als geeignet für den Erwerb von Wissen hält. Erhoben werden kann die Zufriedenheit am einfachsten über eine Befragung (NIEGEMANN ET AL., 2008). Deshalb wurden die Probanden im abschließenden Leitfadeninterview zu ihrer Zufriedenheit mit der Website und mit den Aufgaben des lauten Denkens bzw. mit ihrer Aufgabenlösung befragt. Ergebnis war, dass der Großteil der Teilnehmer keine Frustrationserlebnisse hatte und insgesamt sehr zufrieden mit der Website und den gestellten Aufgaben war. Nach der Transkription der qualitativen Leitfadeninterviews wurden vier Kategorien (Lob, Kritik, Verbesserungsvorschläge und Selbsteinschätzung) gebildet und die Kernaussagen der Probanden dort eingeordnet.

Tabelle 5: Aussagen in der Kategorie Lob

Aussagen	Probanden
Ansprechendes, schlichtes Design	P1, P2, P3, P4, P6, P7
Übersichtlichkeit der Website	P4, P6, P7
Übersichtlichkeit der Navigation	P2, P5, P6
Glossar vorhanden	P2, P7
Suchfunktion	P6, P7
Gute Strukturierung der Website	P1
Links innerhalb der Texte	P3
Einführungstexte zu den einzelnen Kapiteln	P3
Navigation über mehrere Wege möglich	P4
Image-Film vorhanden	P6
Umfangreiche Website	P7

Die Teilnehmer äußerten sich am häufigsten positiv zum Design der Website. Die schlichte Gestaltung und die ansprechenden Farben bezeichneten sechs der sieben Probanden als besonders gelungen an der Website. Auffällig ist auch, dass die Übersichtlichkeit der Website und der Navigation von insgesamt fünf Teilnehmern angesprochen wurden. Auch wenn beim lauten Denken drei leichte Usability-Probleme aufgedeckt wurden, so zeigen sich die Probanden doch insgesamt zufrieden mit der Übersichtlichkeit. Je zwei Probanden äußern sich positiv über die Bestandteile Glossar und Suchfunktion.

Tabelle 6: Aussagen in der Kategorie Kritik

Aussagen	Probanden
Viel Text und viel Scrollen auf manchen Seiten	P3, P5
Unverständlichkeit der Bezeichnung der Navigationspunkte und der dazugehörigen Inhalte	P1, P4
Ungenügende Hervorhebung von Stichwörtern	P2
Ablenkung der Logos links	P4
Viele Unterkapitel	P7

Angesprochen auf Kritikpunkte an der Website www.i-literacy.de fiel den meisten Probanden spontan keine Antwort ein. Erst nach einer kurzen Bedenkzeit bemängelten sie z.B., dass auf manchen Seiten zu viel Text zu finden war. Die langen Texte führen dazu, dass häufig gescrollt werden muss.

In den abschließenden Interviews ist – ebenso wie beim lauten Denken – offensichtlich geworden, dass die Probanden die Bezeichnung der Navigationspunkte nicht immer nachvollziehen können. Ein Proband kritisierte zusätzlich die zahlreichen Unterkapitel, die erst nach vielen Klicks zu erreichen sind. Des Weiteren führte ein Proband die Logos auf der linken Seite der Website als negativ an. Er beanstandete die Größe, die in keinem Verhältnis zum Text und den sonstigen Grafiken stünde und den Nutzer zu sehr von den Inhalten der Lernumgebung ablenken würde. Ein anderer Kritikpunkt ist die ungenügende Hervorhebung von Stichwörtern in der Lernumgebung. Ein Proband hätte sich hier mehr Formatierungen gewünscht, um eine bessere Übersicht über die Texte zu bekommen.

Auch bei den Verbesserungsvorschlägen kamen die Probanden auf die Navigation der Website zu sprechen. Zwei Probanden schlugen vor, die Navigation vollständig für den Nutzer sichtbar zu machen und damit für eine bessere Orientierung in der Lernumgebung zu sorgen. Realisierbar wäre dies ihrer Meinung nach durch ein Menü, das sich bei Berührung (Roll-Over) mit der Maus öffnet und die einzelnen Unterpunkte zeigt, oder durch eine eigene Seite, die ein vollständiges Inhaltsverzeichnis darstellt. Ein Proband aus dem ersten Semester, der größere Probleme mit der Navigation bzw. der Bezeichnung der Kapitel hatte, befürwortete eine farbliche Abgrenzung der Themen zur besseren Orientierung.

Auch die weiteren Verbesserungsvorschläge der Probanden offenbarten sich bereits im lauten Denken. So wird eine stärkere Hervorhebung von Stichwörtern gefordert, mehr interne Links sowie eine Ausweitung des Glossars und eine Umstrukturierung des Methodenkapitels.

Auffällig ist, dass die Teilnehmer des Usability-Tests insgesamt sehr positiv über ihr Zurechtkommen auf der Website berichten. Sie zeigen sich sowohl zufrieden mit ihrer Aufgabenbewältigung als auch mit der Website im Allgemeinen, und das obwohl sie zuvor zahlreiche Probleme mit der Usability der Website hatten. Die allgemeine Zufriedenheit bestätigt auch die Aussage einiger Probanden, die sich nach dem Test begeistert über die Lernumgebung äußerten und diese nun auch weiterhin nutzen wollen.

4.3 Folgerungen

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass durch das nutzerorientierte laute Denken einige Problemfelder aufgedeckt wurden, die ohne eine solche Untersuchung wohl nicht entdeckt worden wären. Wie die Ergebnisse der Auswertung zeigen, hatten die Probanden bei den Tests am häufigsten Probleme mit der Navigation bzw. *Begriffszuordnung*. Diese war für

sie nicht immer nachvollziehbar und sie mussten sich erst an die Struktur der Lernumgebung gewöhnen. Die Teilnehmer haben Informationen oft unter anderen Punkten erwartet und waren durch die Benennung der Navigation irritiert. Ein weiterer Kritikpunkt war die mangelnde *Übersichtlichkeit*, die den Probanden das Finden von Informationen erschwerte. Jedoch muss beachtet werden, dass hier nur das Auffinden von einzelnen Informationen getestet wurde; die Website ist aber auch für das selbstgesteuerte Lernen mit den Modulen zum wissenschaftlichen Arbeiten gedacht. Es sollte deshalb darauf geachtet werden, dass die Balance zwischen ausführlichen Texten und übersichtlicher Gestaltung zur schnellen Informationssuche gehalten wird. Folgende konkreten Handlungsempfehlungen sind aus den Ergebnissen abzuleiten:

- **Übersichtlichkeit der Texte verbessern.** Durch Formatierung kann die Übersichtlichkeit der Seiten verbessert werden (Zwischenüberschriften, stärkere Gliederung durch Hervorhebung von Stichwörtern, Visualisierungen etc.). Der Text sollte jedoch nicht gekürzt, sondern lediglich besser strukturiert werden. Für unerfahrene Leser sollte an prägnanter Stelle auf die Verwendung der Suchfunktion und des Glossars hingewiesen werden.
- **Navigationsstruktur nachvollziehbarer gestalten.** Das Kapitel „Zitieren“ sollte ein eigenes Kapitel werden und nicht als Unterpunkt von „Überarbeiten“ angeführt werden. Auch das Methoden-Modul kann umstrukturiert werden (nach Methoden gliedern, nicht nach Forschungsansätzen) und so den Bedürfnissen der Studierenden besser angepasst werden. Die Probanden vermuteten diesen Zeitplan nicht im Kapitel „Themenfindung“, sondern im Kapitel „Wissenschaftliches Schreiben“. Aus diesem Grund ist zu überlegen, ob die Zeitplanung nicht in dieses Kapitel eingeordnet werden sollte. Eine Visualisierung aller Unterpunkte auf einen Blick wäre sinnvoll, um einen Überblick über das jeweilige Kapitel zu geben. Der Überblick über alle Navigationsunterpunkte auf einmal ist aus technischen Gründen leider nicht umsetzbar.
- **Begriffszuordnung verbessern.** Die Benennung von Navigationspunkten ist an vielen Stellen zu verbessern. Hier kann durch die Umstrukturierung der Navigation schon einiges erreicht werden, jedoch sollten die Benennungen kritisch geprüft und bei Bedarf verbessert werden.
- **Schwachstellen überarbeiten.** Die Informationen, die in den FAQs enthalten sind, sollten auch in den Lerntext integriert werden. Außerdem sollte das Glossar kritisch geprüft und überarbeitet werden. Einige essentielle Begriffe fehlen hier noch und sollten ergänzt werden.

Die Analyse der Ergebnisse nach den Usability-Aspekten zeigte, dass das Kriterium der Effizienz auf der Website nicht zufriedenstellend umgesetzt ist. Eine Verringerung der Anzahl der Klicks kann durch die abgeleiteten Verbesserungsvorschläge erreicht werden.

Insgesamt zeigten sich die Testteilnehmer trotz der Probleme mit der Seite zufrieden. Auch wenn die Probanden einige Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge hatten, so überwog doch das positive Feedback.

5 Auswertung der Dokumentation des Beratungsangebots und der Logdateien

5.1 Methodisches Vorgehen

Seit dem Sommersemester 2008 werden sowohl die Sprechstundenberatungen als auch die E-Mail-Beratungen dokumentiert. Diese Dokumentation kann analysiert werden um herauszu-

finden, für welche Probleme die MuK-Studierenden aktiv Beratung suchen und wie stark das Beratungsangebot genutzt wird. Hierzu wurden die Themen der Beratungen in Kategorien eingeteilt. Außerdem wird seit dem 1. November 2009 die Nutzungsstatistik der Website in Form von Logdateien dokumentiert und kann ebenfalls analysiert werden.

5.2 Ergebnisse

Nutzungszahlen Website. Die Online Plattform zählt seit dem 1.11.2009 bis zum 20.02.2010 rund 15.000 Seitenzugriffe und davon rund 1.890 eindeutig identifizierbare Besucher (3.077 Besucher insgesamt), wobei die durchschnittliche Verweildauer auf der Website bei knapp vier Minuten liegt – ein Indiz dafür, dass die Texte gelesen werden und die Seite nicht nur kurz angeklickt wird. Ein Besucher liest im Schnitt fünf Seiten der Plattform. 40 % der Besucher kehren außerdem wieder, d.h. nutzen die Seite wiederholt. Die durchschnittliche Benutzerzahl pro Tag liegt bei 28 Nutzern, die höchste gemessene Nutzerzahl bei 49.

Nutzungszahlen Beratung. Insgesamt werden in den Semester Sommersemester 2008, Wintersemester 2008/09 und Sommersemester 2009 74 Beratungen durchgeführt, davon entfallen 21 auf Sprechstundenberatungen und 53 auf E-Mail Beratungen. Im Schnitt werden etwa 25 Beratungen pro Semester durchgeführt, wobei das niederschwellige Angebot der E-Mail Beratung größeren Zulauf erfährt als die Sprechstunde.

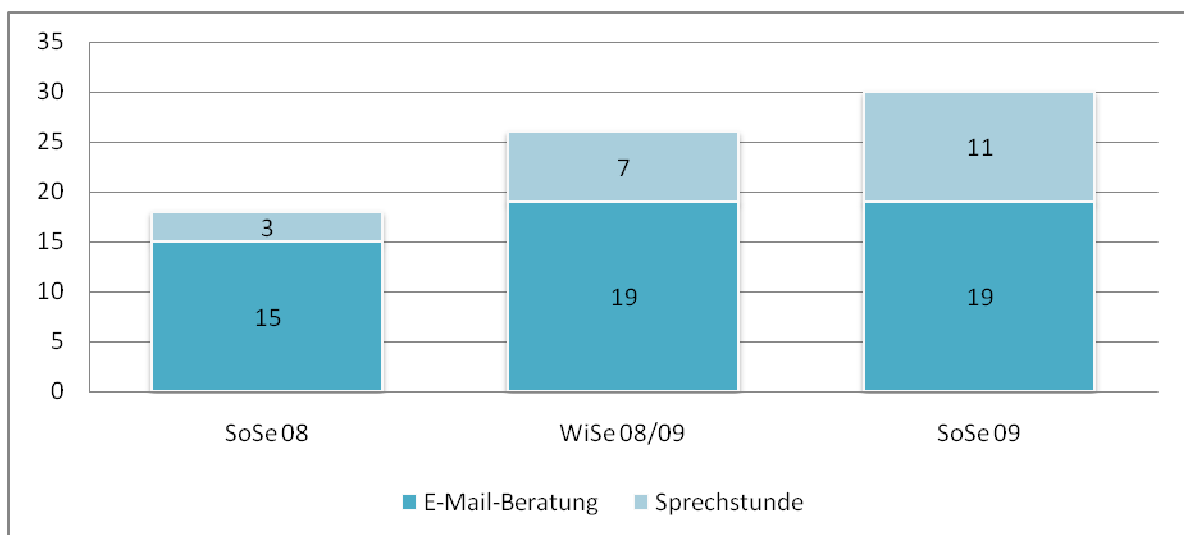


Abbildung 3: Anzahl der Beratungen in absoluten Zahlen, SoSe08 bis SoSe09

Anzahl der Beratungen. Wie Abbildung 1 zeigt, steigt die Anzahl der Beratungen im Laufe der drei untersuchten Semester deutlich an, wobei in allen drei Zeitabschnitten mehr Anfragen per E-Mail eingehen, als persönliche Termine in der Sprechstunde wahrgenommen werden. Die Anzahl der Sprechstundenberatungen vergrößert sich von Semester zu Semester (um jeweils 4 Beratungen). Dies zeigt eine langsame, aber stete Etablierung des Beratungsangebotes. Die Zahl der E-Mail-Beratungen liegt von Anfang an deutlich über der der Sprechstundenberatung, im SoSe 2008 ist sie fünfmal so hoch. Die Anzahl der E-Mail-Anfragen steigt nicht im gleichen Maße wie die Nachfrage nach Sprechstundenberatungen. Dies kann durch ein verbessertes Informationsangebot erklärt werden: Tutorien und die Lernumgebung www.i-literacy.de werden seit dem Sommersemester 2008 schrittweise implementiert und beantworten viele Fragen, die zuvor per E-Mail gestellt werden mussten.

Um das Beratungsangebot und seine Nutzung einordnen zu können, ist es sinnvoll, die Nutzerzahlen mit denen der Studierendenzahlen im MuK-Studiengang in Relation zu setzen. Von

Sommersemester 2008 bis Sommersemester 2009 sind durchschnittlich 248 Studenten im MuK-Studiengang eingeschrieben. Davon streben im Schnitt 189 Studierende pro Semester den Bachelor an, während sich jeweils durchschnittlich 59 Studierende im Masterstudium befinden. Insgesamt nutzen also jedes Semester ca. 10 % der MuK-Studierenden die Sprechstunden oder die E-Mail-Beratung.

Im SoSe 09 steht das Angebot den Studierenden erstmals auch in der vorlesungsfreien Zeit zur Verfügung und dabei auffallend ist, dass mehr als die Hälfte der E-Mail-Beratungen und knapp 50% der Sprechstunden in diesem Zeitraum stattfinden. Die Beratung erfolgt dabei meistens an Studenten, die eine BA- oder MA-Arbeit schrieben. Diese können bis Mitte des Semesters angemeldet werden und müssen nach 3 Monaten fertig gestellt werden. Daraus lässt sich folgern, dass die Abschlussarbeitskandidaten vor allem in der Endphase Unterstützung benötigen, die in den Semesterferien liegt. Deshalb ist es ratsam, auch für diese Zeit eine Beratungsstelle einzurichten, an die sich die Studierenden wenden können.

Beratungen nach Bachelor- und Masterstudierenden. Das Beratungsangebot wird hauptsächlich von Bachelorstudenten genutzt: Vier von Fünf Beratungen entfallen auf Bachelorstudierende (n=59). Dies lässt sich dadurch erklären, dass Bachelorstudierende noch nie eine vergleichbare Arbeit geschrieben haben, was sich in großer Unsicherheit äußert. Masterstudierende nutzen das Angebot – vermutlich aufgrund ihrer Erfahrung im wissenschaftlichen Arbeiten – wesentlich geringer: In den drei Semestern nehmen lediglich fünf Masterstudierende das Beratungsangebot wahr. Bei Zehn Beratungen wird nicht dokumentiert, um welchen Studienabschnitt es sich handelt. Diese Beratungen entfallen aber mit großer Wahrscheinlichkeit ebenfalls auf Bachelorstudenten.⁹ Bei den Masterstudierenden handelt es sich meistens um Fragen zu Art und Umfang der wissenschaftlichen Methoden.

Beratungen nach Typ der schriftlichen Arbeit. Auffällig ist, dass die Studierenden die Beratung fast ausschließlich für ihre Abschlussarbeiten in Anspruch nehmen. Von Anfang an wird zwar kommuniziert, dass bei Hausarbeiten oder komplexeren Seminaraufgaben, wie etwa kleine empirische Studien, auch geholfen werden kann, jedoch steht die Beratung meist in Zusammenhang mit einer Bachelor- oder Masterarbeit. Von den 75 Studierenden, die in den drei Semestern ihre Bachelorarbeit schreiben, nehmen etwas mehr als zwei Drittel die Beratung von i-literacy in Anspruch (55). Vier Beratungen erfolgen zur Masterarbeit (das sind in etwa 10% der Masterarbeitschreibenden) und bei 15 Beratungen fehlt die Angabe, zu welcher Art von Arbeit die Beratung erfolgt ist. Anhand dieser Zahlen zeigt sich, dass Studierende bei ihrer ersten Abschlussarbeit noch weitaus mehr Beratung benötigen, als zur Masterarbeit. Dies hängt auch mit der Unsicherheit gegenüber dem Prüfungsformat zusammen – häufig fragen die Studierenden nach, um sich abzusichern.

Beratungsinhalte. Häufig werden in den Sprechstunden oder E-Mails mehrere Fragen gleichzeitig behandelt, daher übersteigt die Anzahl der Fragen auch deutlich die Anzahl der Beratungen. Insgesamt werden 111 verschiedene Fragen bzw. Probleme vorgebracht. Davon entfallen 41 auf die Sprechstunden und 70 auf die E-Mail Beratung, wobei meist simpel zu beantwortende Fragen per E-Mail gestellt werden und komplexere Probleme in den Sprechstunden behandelt werden. Am häufigsten treten Fragen zur Zitation (38%) auf – vier von fünf diese Fragen werden per E-Mail gestellt. 18% der Studierenden nutzen das Beratungsangebot von i-literacy, um sich über Formalia, wie etwa die Art der Bindung, Abgabetermine,

⁹ Die Dokumentation wird anonym geführt und gibt somit keine Auskunft darüber, ob ein Studierender die Beratung mehrfach genutzt hat. Die gesamte Auswertung bezieht sich demnach auf Beratungsfälle und nicht auf Studierende.

oder die formale Gestaltung der Arbeit zu informieren. Platz drei der wichtigsten Probleme nimmt der Einsatz von wissenschaftlichen Methoden ein (16%). Hier werden Fragen zur Wahl der Untersuchungsmethode, zum Gang der Erhebung und zu Auswertungsmethoden gestellt. Dahinter folgen Schwierigkeiten bei der Recherche und der Literatursuche (15%). 14 % der Anfragen beziehen sich auf die Einführung in das für MuK-Studierende frei zur Verfügung stehende Online-Umfrage-Tool Limesurvey und weiterführende Fragen zur Online-Umfrage. Etwas mehr als jeder Zehnte Studierende nimmt die Beratung aufgrund von Problemen mit dem Theorieteil seiner Arbeit bzw. der Eingrenzung des Themas in Anspruch.

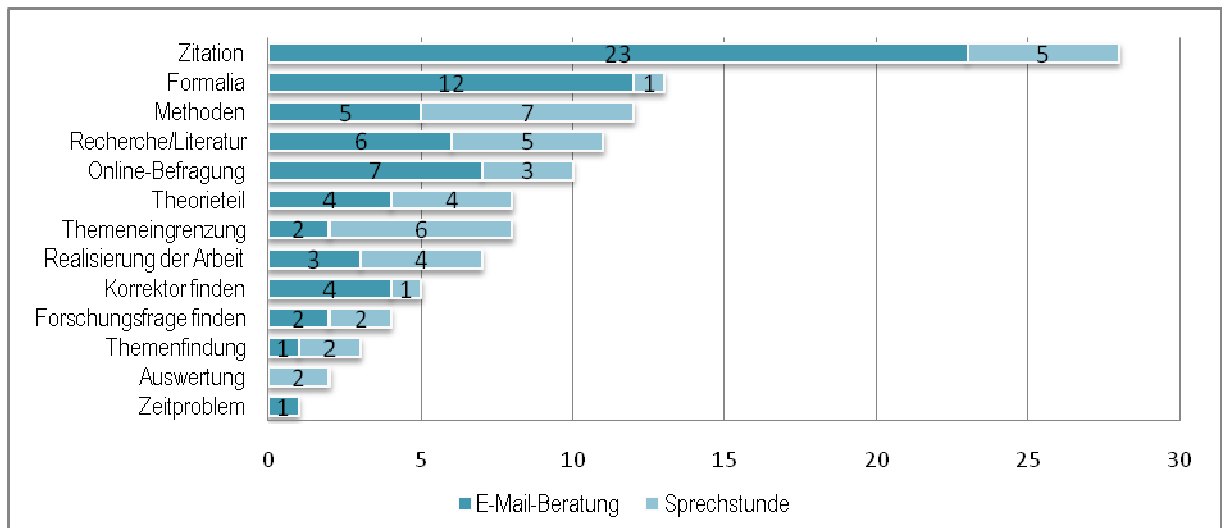


Abbildung 4: Beratungsinhalte E-Mail- und Sprechstundenberatung in absoluten Zahlen für Sose 08, Wise 08/09 und Sose 09

Sprechstunden dienen dazu, tiefergehende Probleme und Fragen zu klären sowie eine individuelle und persönliche Beratung zu erhalten und ermöglichen eine direkte Rückfrage. Dementsprechend werden in den Sprechstunden am häufigsten Fragen zu Methoden, zur Themeneingrenzung, Zitation und Recherche gestellt. Die E-Mail Beratung wird wie erwähnt dazu genutzt, einfach zu beantwortende Fragen zu stellen. Hier werden am häufigsten Fragen zur Zitation, zu Formalia und zur Online-Befragung artikuliert.

5.3 Folgerungen

Die Auswertung der Dokumentation zeigt, dass immer mehr Studierende das Beratungsangebot von i-literacy nutzen, sowohl Sprechstunden als auch die E-Mail-Beratung haben einen Zuwachs innerhalb der drei Semester verzeichnet. Zudem wird das Angebot deutlich häufiger von Bachelorstudierenden genutzt, als von Masterstudierenden und bezieht sich fast immer auf die Abschlussarbeit.

Als Verbesserungsvorschläge können folgende Punkte festgehalten werden:

- **Bekanntheit der Website erhöhen.** Um die Nutzungszahlen weiter ansteigen zu lassen, bietet es sich an, das Angebot der Website weiter bekannt zu machen. Außerdem kann so einigen Fragen, die bisher per E-Mail gestellt wurden, vorgebeugt werden, indem sich die Studierenden zuerst selbstständig auf der Website informieren. Die Erhöhung der Bekanntheit kann mit Hilfe von Plakaten geschehen, aber auch indem das Angebot in den Lehrveranstaltungen vorgestellt wird von Anfang an Teil des Studi-

ums wird. Hinweise auf Websites, persönliche Ansprachen sowie Pressearbeit gehören ebenfalls zu den hier notwendigen Aktivitäten.

- **Beratung in der „heißen Phase“ intensivieren.** Gerade während der vorlesungsfreien Zeit, in die fast immer das Verfassen der Abschlussarbeiten oder zumindest die heiße Phase der Abschlussarbeit fällt, sollte das Beratungsangebot immer verfügbar sein.
- **Inhaltlichen Bereich „Zitieren“ ausbauen.** Festzuhalten bleibt, dass die häufigste Frage in der Beratung die Frage zur Zitation ist. Häufig handelt es sich hier um Sonderfälle in der Zitation (z.B. ein Blog, eine E-Mail als Quelle), die in Hausarbeiten selten angewendet werden. Auf der Online-Plattform i-literacy findet sich ein Kapitel mit den Grundlagen des Zitierens und Links zu den Zitationsregeln der Lehrstühle. Durch einen Ausbau des Bereichs auf der Website können viele Fragen vorab geklärt werden, ohne dass eine Beratung in Anspruch genommen werden muss.

6 Online-Umfrage

6.1 Methodisches Vorgehen

Für die Erhebung der Akzeptanz des Angebots wird eine Online-Umfrage konzipiert und aufgesetzt. Durch die Online-Befragung wird eine optimale Filterführung möglich, sodass die Nutzer von i-literacy entsprechend ihren Angaben und Merkmalen befragt werden können. Die Umfrage wird im Pretest von insgesamt zehn Personen getestet und aufgrund der Ergebnisse modifiziert. Die Online-Umfrage, für die das Open Source Tool „Lime Survey“ verwendet wird, wird zwischen 12. November und 03. Dezember 2009 durchgeführt. Sie enthält insgesamt 27 Fragen, von denen einige Filterfragen sind. Die Teilnahme an der Umfrage dauerte im Schnitt fünf Minuten. An der Online-Umfrage beteiligen sich 113 Studierende des Studiengangs Medien und Kommunikation, das sind in etwa 44 % der aktuellen Studierendenschaft (von aktuell ca. 260 Studierenden; Stand 07.11.2009). Wenn Antwortskalen verwendet werden, wird bewusst eine vierstufige Skala ausgewählt, um die Studierenden zu einer eindeutigen Antwort zu bewegen. Dennoch wird immer eine Ausweichkategorie („Kann ich nicht beurteilen“) zur Verfügung gestellt. Bei der Auswertung wurden zunächst die deskriptive Statistik und Häufigkeitsauswertungen betrachtet. Anschließend wurden Subgruppenanalysen erstellt. Bei den Kreuztabellen wurden die Zusammenhangsmaße Cramers V und Kendall-Tau-b verwendet, wobei dazu die Viererskalen in Zweierskalen umkodiert wurden¹⁰. Im Folgenden dargestellte Unterschiede sind mindestens auf dem Fünf-Prozent-Niveau signifikant.

Der Fragebogen ist in drei Teile untergliedert¹¹. Der erste Teil enthält Fragen, die i-literacy als Gesamtangebot fokussieren. Der zweite Teil fragt die Teilangebote von i-literacy einzeln ab. In diesem Teil werden die Vorteile, die ein Online-Fragebogen hinsichtlich der Filterfragen bietet, voll ausgeschöpft. Im dritten und letzten Teil des Fragebogens werden soziodemographische Daten erhoben.

6.2 Ergebnisse

Vier von fünf Befragten (82 %) sind Frauen, was in etwa der Geschlechterverteilung des gesamten Studiengangs entspricht, jedoch einen kleinen Überhang in Richtung der weiblichen

¹⁰ Bei einem Zellenwert von unter fünf Fällen in einer Zelle der Kreuztabelle ist eine Aussage über den Zusammenhang nicht mehr zutreffend.

¹¹ Der Fragebogen findet sich als Printversion im Anhang.

Befragten anzeigt. 68 % der Befragten studieren den Bachelor Medien und Kommunikation, 32 % sind im Master. Auch bei dieser Verteilung zeigt sich die Nähe zur Gesamtverteilung der Studierenden (72 % Bachelor, 28 % Master), jedoch ist ein leichter Überhang der Masterstudierenden zu erkennen.

Bei den teilnehmenden Bachelorstudierenden überwiegt der Anteil der Erst- und Drittsemester (Tabelle 7). Die geringen Teilnehmerzahlen für die geraden Semester ergeben sich daraus, dass das Studium immer nur zum Wintersemester begonnen werden kann. Aus dieser Verteilung kann sich eine Verzerrung der Bewertung von i-literacy ergeben, da Erst- und Drittsemester aufgrund der Ausrichtung nach Studienphasen bisher nur einen Teil des Angebotes von i-literacy nutzen konnten. i-literacy, das hat die Auswertung der Sprechstunden und E-Mail-Beratungen gezeigt, wird vorwiegend für die Unterstützung bei der Abschlussarbeit genutzt. Demnach dürfte bei höheren Semestern und Masterstudierenden ein ganz anderer Bedarf bestehen (was auch zu einer anderen Bewertung des Angebots führen kann). Ein Unterschied in der Antworttendenz aufgrund des Alters und aufgrund des Geschlechts wird nicht festgestellt, weswegen diese Faktoren in Zukunft ignoriert werden. Der geschlechterspezifische Unterschied, der zuweilen an den Zahlen abzulesen ist, kann aufgrund der geringen Fallzahl von männlichen Befragungsteilnehmern nicht anhand von Signifikanzen nachgewiesen werden.

Tabelle 7: Befragte nach Studienfortschritt (Semesteranzahl und Studienabschluss)

Bachelor Semester	Anzahl Befragte
1	32
2	0
3	25
4	1
5	11
6	7
7	0
8	1
GESAMT	77

Master Semester	Anzahl Befragte
1	15
2	6
3	15
GESAMT	36

Angaben in absoluten Zahlen (n=113).

Der momentan noch dreisemestrigen¹² Masterstudiengang ist ebenfalls gut abgebildet. Eine leichte Verschiebung Richtung erstes und drittes Semester ergibt sich aus der Verzerrung aus

¹² Mit der Änderung der Prüfungsordnung zum Wintersemester 2009/10 wurde der Master viersemestrig.

dem Bachelorstudium. Die Befragungsteilnehmer sind zwischen 18 und 29 Jahren alt, wobei bei den Bachelorstudierenden der Median bei 21 und bei den Masterstudierenden bei 23 liegt.

Nutzung des Angebots

Ein knappes Drittel der Befragten gibt an, dass sie das Angebot von i-literacy schon einmal in Anspruch genommen haben. Immerhin neun von zehn kennen das Angebot. Lediglich jeder zehnte Student kennt das Angebot noch nicht, wobei hier ausschließlich Bachelorstudierende zu zählen sind.

Seit dem Wintersemester 2003/04 wird in regelmäßigen Abständen eine Befragung aller Medien- und Kommunikation-Studierenden durchgeführt. In der Erstsemesterbefragung im Wintersemester 2008/09 wurde dabei erstmals ein Fragenblock zu i-literacy eingebaut. Im Wintersemester 2008/09 kennen zwei Drittel (36 von 52) das Beratungs- und Unterstützungsangebot von i-literacy und 6 % (3 von 52) haben es bereits genutzt. Im Wintersemester 2009/10 hingegen vermindert sich die Zahl derer, die es kennen, aber noch nicht genutzt haben, auf 56 %, dafür erhöht sich die Zahl derer, die i-literacy bereits genutzt haben, von 6 auf 28 %. Ein Viertel der befragten Erstsemester des Wintersemesters 2008/09 kennt das Angebot noch nicht. Im Wintersemester 2009/10 kennen es nur 16 % (5 von 32) noch nicht. Da alle Erstsemester das Einführungstutorium von i-literacy verpflichtend besuchen mussten, ist das Ergebnis natürlich mit Vorsicht zu genießen, schließlich hätten alle 32 Erstsemester angeben müssen, dass sie das Angebot bereits nutzen. Zu erklären ist diese Schieflage damit, dass das Propädeutikum nicht i-literacy, sondern der Vorlesung, an die es gekoppelt ist, zugeordnet wird.

Tabelle 8: Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy?

	Bachelor	Master	Gesamt
Nein	12 %	0 %	8 %
Ja, aber ich habe es noch nicht in Anspruch genommen	71 %	44 %	63 %
Ja, ich habe es auch schon in Anspruch genommen	17 %	56 %	29 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %

Angaben in Prozent (nGesamt=113, nBachelor=77, nMaster=36)

Bei den befragten Masterstudierenden gibt es keinen, der das Angebot nicht kennt und mehr als die Hälfte haben i-literacy bereits genutzt. Somit ist das Angebot bei Bachelorstudierenden weniger bekannt und wird auch weniger in Anspruch genommen. Anzunehmen ist jedoch, dass die Bachelorstudierenden die Leistungen von i-literacy, die sie bereits in Anspruch genommen haben, nicht direkt mit i-literacy in Verbindung bringen. Diesen Verdacht bestätigt die Auswertung der Frage „Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?“. Hier geben lediglich 47 Befragte (42 %) an, keines der Angebote genutzt zu haben (gegenüber 78 Befragten bei der oben genannten Frage). Bei genauerer Betrachtung sind es tatsächlich die Bachelorstudierenden, die das Angebot nicht mit dem Begriff i-literacy in Verbindung bringen: 64 Bachelorstudierende geben zuerst an, sie nutzen es nicht. Diese Zahl schrumpft bei der Abfrage der Teilbereiche auf 38. Wenn demnach im Folgenden von den

Personen, die i-literacy schon genutzt haben, gesprochen wird, so sind die 66 Personen (58 %) gemeint, die bereits eines oder mehrere Teilbereiche tatsächlich genutzt haben.¹³

In den ergänzenden qualitativen Interviews wurde diese Diskrepanz angesprochen. Die Befragten nannten als Grund für das Antwortverhalten, dass den Studierenden nicht bewusst war, dass das Angebot, das sie genutzt haben, zu i-literacy gehört (sechs Befragte). Zwei Befragte meinten, dass die E-Mail Beratung, oder die Online-Plattform nicht als Angebot betrachtet werden, da man hier sehr eigeninitiativ vorgehen muss und es sich nicht um Instruktion oder ausführliche Beratung handelt. „Vielleicht weil viele die Nutzung des Online-Angebotes nicht als Nutzung [sehen, Anm. d. Autorin]. Die Meisten denken wahrscheinlich, dass man eine direkte Interaktion haben muss, dass man sagen kann ‚ich habs genutzt‘, dass man irgendwie in die Sprechstunde gegangen sein muss oder so.“ (Interview IV, 12:28).

Informationsquelle

Der Großteil der Studierenden wurde über die Einführungsveranstaltung auf das Angebot aufmerksam. Da nur 32 Erstsemester an der Befragung teilnehmen, bei denen die Einführungsveranstaltung nur wenige Monate zurückliegt, hat wohl die Erwähnung in früheren Einführungsveranstaltungen hier auch schon gefruchtet. Auch die Kommunikation über die Website des Instituts für Medien und Bildungstechnologie (imb) sowie die Kommunikation über die Mitarbeiter des imb spielt eine wichtige Rolle, bei den Masterstudierenden sogar die wichtigste.

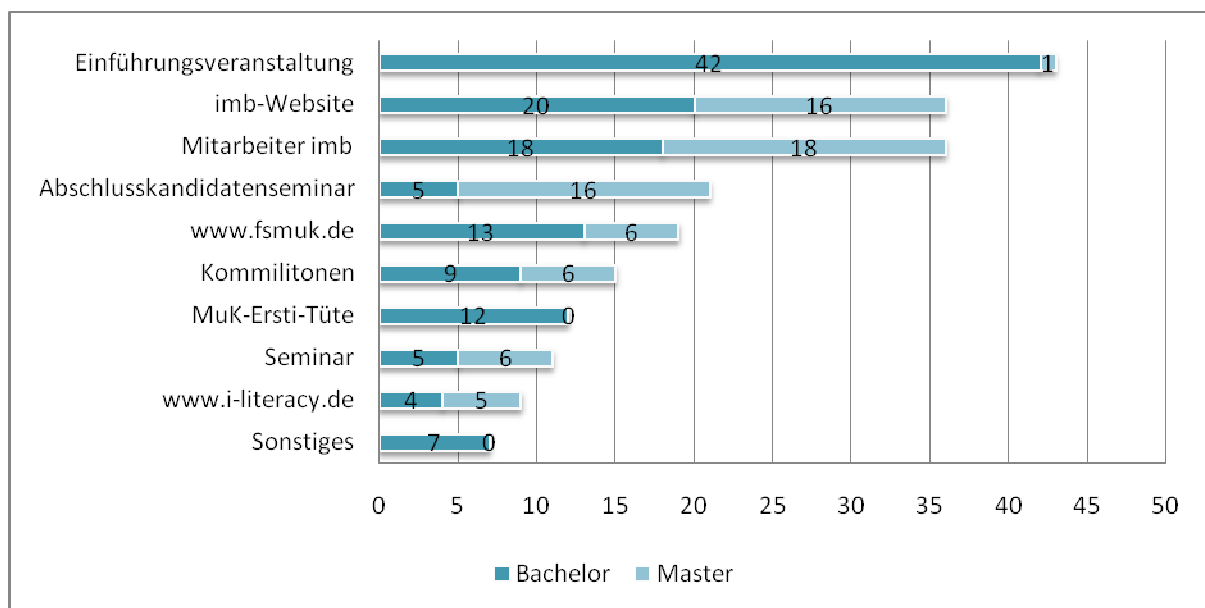


Abbildung 5: Wie hast du von i-literacy zum ersten Mal erfahren (Mehrfachantwort)? Angaben in absoluten Zahlen (n=104)

¹³ Drei der neun Personen, die bei der ersten Frage angaben, sie kennen i-literacy nicht, geben später an, das Tutorium genutzt zu haben. Es handelt sich hierbei um Erstsemester, die das Tutorium nicht zuordnen konnten. 17 Personen geben an, das Angebot zwar zu kennen, aber noch nicht genutzt zu haben, geben später an, die Online-Plattform zu Rate gezogen zu haben. Eine Person, die zu Beginn angibt, das Angebot zwar zu kennen, aber nicht zu nutzen, gibt später an, die Sprechstunde genutzt zu haben. Elf Personen, die das Angebot angeblich kennen, aber noch nicht genutzt haben, geben später an, das Tutorium genutzt zu haben. Auch hier handelt es sich um Erstsemester. Drei Befragte, die angeben, das Angebot zu kennen aber noch nicht genutzt zu haben, führen später an, die E-Mail-Beratung in Anspruch genommen zu haben.

Nützlichkeit

Bei der Frage, wie nützlich die Studierenden ein solches Angebot in ihrem Studium halten, bewerten es 54 % als sehr nützlich, 39 % als eher nützlich und nur 2 % als weniger nützlich (n=113).

Differenziert man hier nach Bachelor- und Masterstudierenden, zeigt sich, dass zwei Drittel der Masterstudierenden zu „sehr nützlich“ tendieren, während es bei den Bachelorstudierenden nur knapp die Hälfte sind. Insgesamt ist die Bewertung bei beiden Studienabschnitten jedoch zu mehr als 90 % positiv und deswegen auch kein signifikanter Unterschied zwischen den Studienabschnitten festzustellen. Die Personen, die das Angebot von i-literacy schon einmal genutzt haben (n=66), bewerten es etwas positiver (59 % sehr nützlich, 36 % eher nützlich, 3 % weniger nützlich, 2 % kann ich nicht beurteilen), allerdings ist auch hier der Unterschied nicht signifikant.

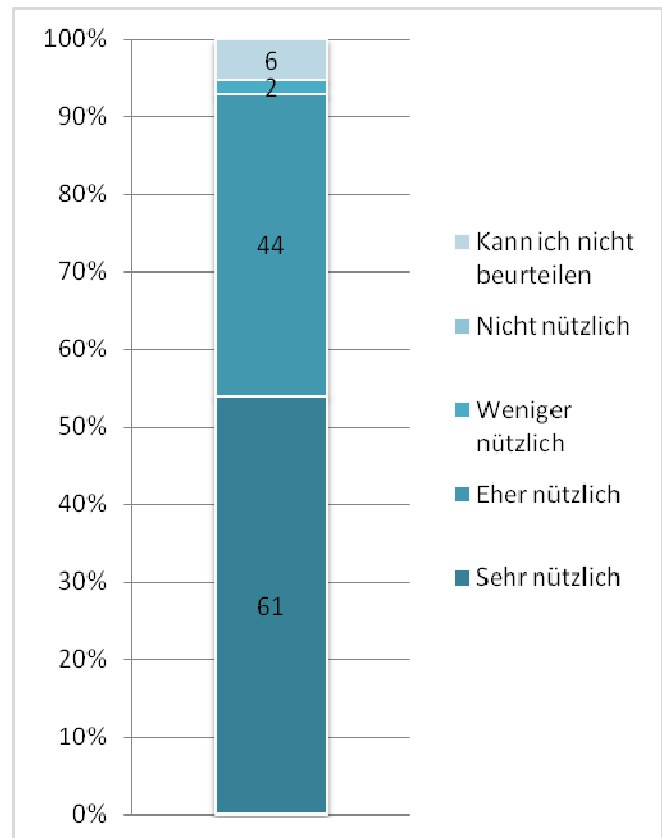


Abbildung 6: Für wie nützlich hältst du ein solches Angebot in deinem Studium? Angaben in absoluten Zahlen (n=113)

Studierende, die nicht oder weniger nützlich angeben (n=2), wurden gefragt, warum sie das Angebot für nicht oder weniger nützlich halten. Auf diese offene Frage gab es jedoch keine Antworten.

Umfang

Die Studierenden, die das Angebot kennen (n=104), bewerten den Umfang zu 35 % als ‚genau richtig‘. 5 % sind der Meinung, dass es zu wenig Angebot gibt und ganze 61 % sind der Meinung, dass sie den Umfang nicht beurteilen können. Betrachtet man bei dieser Frage lediglich die Antworten von Studierenden, die das Angebot kennen und schon einmal genutzt haben, so zeigt sich ein etwas anderes Bild: Etwas mehr als die Hälfte findet den Umfang genau richtig, während jeder Zehnte meint, es wäre zu wenig Angebot. Die Anzahl derjenigen, die den Umfang nicht beurteilen können, verringert sich um die Hälfte, ist aber mit einem Drittel noch immer relativ hoch. Um zu klären, warum es bei dieser Frage eine so hohe Stimmenthaltung gab, wurden im Anschluss an die quantitative Online-Umfrage qualitative Interviews geführt. Die hohe Anzahl an Stimmenthaltungen kann demnach zum Teil darauf zurückgeführt werden, dass i-literacy zwar bekannt ist, aber noch nicht genutzt wurde, bzw. nur Teilbereiche genutzt wurden und man sich deswegen eine Beurteilung des Gesamtangebots nicht zutraut. Außerdem ist seitens der Masterstudierenden, die das Angebot bereits genutzt haben, die Bewertung des Umfangs um einiges positiver als seitens der Bachelorstudierenden und es gibt weitaus weniger Stimmenthaltungen.

Bedarfsorientierung

Die Befragten finden das Angebot von i-literacy größtenteils bedarfsgerecht (14 % sehr bedarfsgerecht, 51 % eher bedarfsgerecht). Lediglich vier Befragte stufen das Angebot als weniger bedarfsgerecht ein, 32 % enthalten sich der Stimme. Wenn man wieder lediglich die Befragten betrachtet, die das Angebot bereits in Anspruch genommen haben, zeigt sich, dass der Anteil derjenigen, die i-literacy für bedarfsgerecht halten, auf 84 % ansteigt. Die Masterstudierenden, die das Angebot schon genutzt haben, bewerten es als wesentlich bedarfsgerechter, als die Bachelorstudierenden. Dies kann z.B. daran liegen, dass die Masterstudierenden bereits eine Abschlussarbeit hinter sich haben und somit die individuelleren Angebote, die somit ihren Bedarf besser gedeckt haben, genutzt haben sowie das Angebot in seiner Gänze besser beurteilen können.

Nutzungszahlen der Teilbereiche

Am häufigsten wird die Plattform genutzt (50 %), gefolgt von den Tutorien (40 %). Die individualisierten Angebote Sprechstunden und E-Mailberatung werden seltener genutzt. 42 % der Befragten haben noch keines der Angebote genutzt. Diese Personen wurden gefragt, ob sie das Angebot in Anspruch nehmen würden, wenn sie ein entsprechendes Problem hätten. 40 der 48 Personen meinten, sie würden das Angebot in diesem Fall nutzen, acht Personen geben an, zu versuchen, das Problem anders zu lösen.

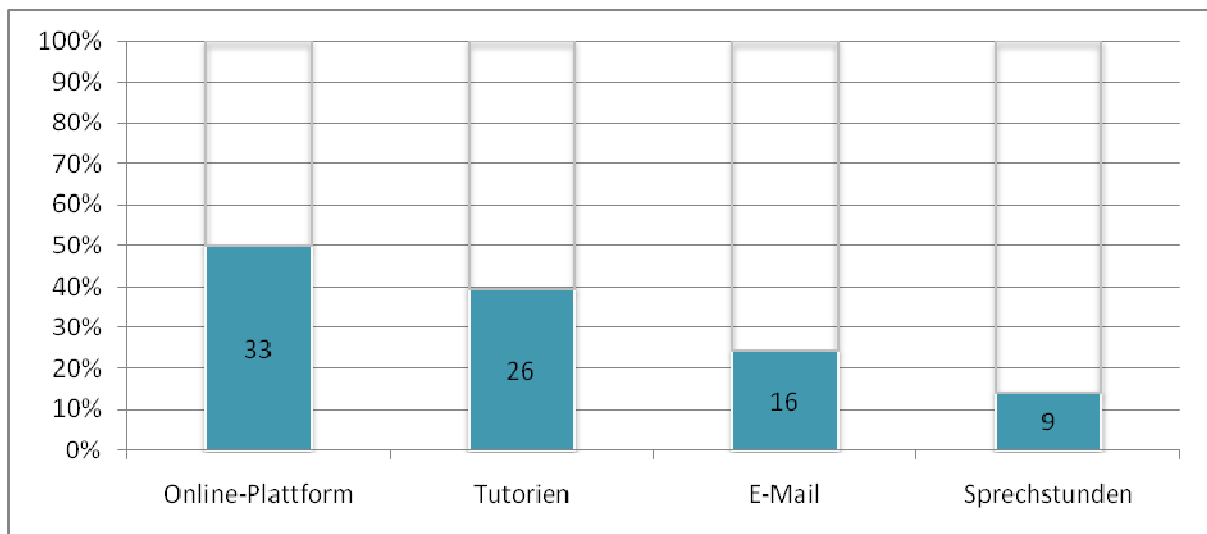


Abbildung 7: Nutzung der Teilbereiche (Mehrfachantwort). Angaben in absoluten Zahlen (n=66).

Sprechstunden. Von den neun Befragten, die die Sprechstunde genutzt haben, hat die Hälfte die Sprechstunde einmal genutzt. Zwei Personen nutzen sie zweimal und jeweils eine Person kam dreimal und eine viermal zur Beratung vorbei. Die Hälfte der Personen bewertet die Beratung in den Sprechstunden als sehr hilfreich und drei Personen als eher hilfreich. Lediglich ein Masterstudierender stuft die Beratung als wenig hilfreich ein. Nicht hilfreich wird nicht als Antwortmöglichkeit gewählt. Wie die Auswertung der Dokumentation der Sprechstunden und E-Mail Beratung (Kapitel 5) zeigt, werden die Sprechstunden vorwiegend von Studierenden im Rahmen ihrer Abschlussarbeit genutzt. Demzufolge verwundert es nicht, dass sieben der neun Studierenden, die die Sprechstunde in Anspruch genommen haben, im Masterstudium sind, also die erste Abschlussarbeit bereits hinter sich gebracht haben.

E-Mail-Beratung. Die E-Mail Beratung wird in der Regel einmal genutzt (8 von 16), gut ein Drittel der Nutzer der E-Mail Beratung haben zwei Anfragen per E-Mail gestellt. Die E-Mail Beratung wird durchwegs positiv bewertet: Drei Viertel stufen diese Beratung als sehr hilfreich, ein Viertel als eher hilfreich ein. Hier wird, wie auch bei der Sprechstundenberatung, deutlich, dass vor allem Studierende im fortgeschrittenen Studienabschnitt das Angebot nutzen: Drei Viertel der Befragten, die angeben, eine E-Mail Beratung in Anspruch genommen zu haben, befinden sich nun im Master. Es ist anzunehmen, dass sie die Beratung v.a. für die Bachelorarbeit in Anspruch genommen haben.

Tutorien. 22 der 26 Tutorien-Nutzer haben bisher einmal ein Tutorium genutzt. Eine Person hat zwei Tutorien oder Workshops besucht, zwei Personen sogar drei. Von den Befragten haben 21 Bachelorstudierende und fünf Masterstudierende die Tutorien genutzt, was daran liegen mag, dass ein großer Teil der Befragten (32) aus Erstsemestern besteht, die in ihrem ersten Semester das Propädeutikum zum wissenschaftlichen Arbeiten besuchen. Die Tutorien werden weniger hilfreich eingestuft, als die Sprechstunden oder die E-Mail-Beratung. Dies mag daran liegen, dass hier stärker allgemeine Inhalte und Übungen vermittelt bzw. eingesetzt werden. In den Sprechstunden und E-Mail-Beratungen werden auf individuelle Probleme zugeschnittene Lösungen erarbeitet, was natürlich eine bessere Bewertung in Bezug auf die Nützlichkeit bewirkt. Vier Fünftel der Personen stufen die Tutorien als eher hilfreich ein, das letzte Fünftel verteilt sich gleichmäßig auf die Wertung „sehr hilfreich“ und „weniger hilfreich“. Auch hier wird die Antwortmöglichkeit „nicht hilfreich“ nicht gewählt.

Online-Plattform. Etwas mehr als zwei Drittel der Befragten haben die Online-Plattform bisher zweimal genutzt. Ein knappes Fünftel einmal und ein Viertel dreimal. Immerhin 4 Personen haben die Plattform viermal oder mehr als viermal genutzt. Interessant ist hier anzumerken, dass dieses Angebot nicht vorwiegend von Erstsemestern oder von Studierenden in einem weit fortgeschrittenem Studienabschnitt genutzt wird. Die Nutzung der Online-Plattform ist über Bachelor und Master gleichermaßen über die Semester verteilt. Somit kann die Nutzerschaft hier als sehr heterogen beschrieben werden.

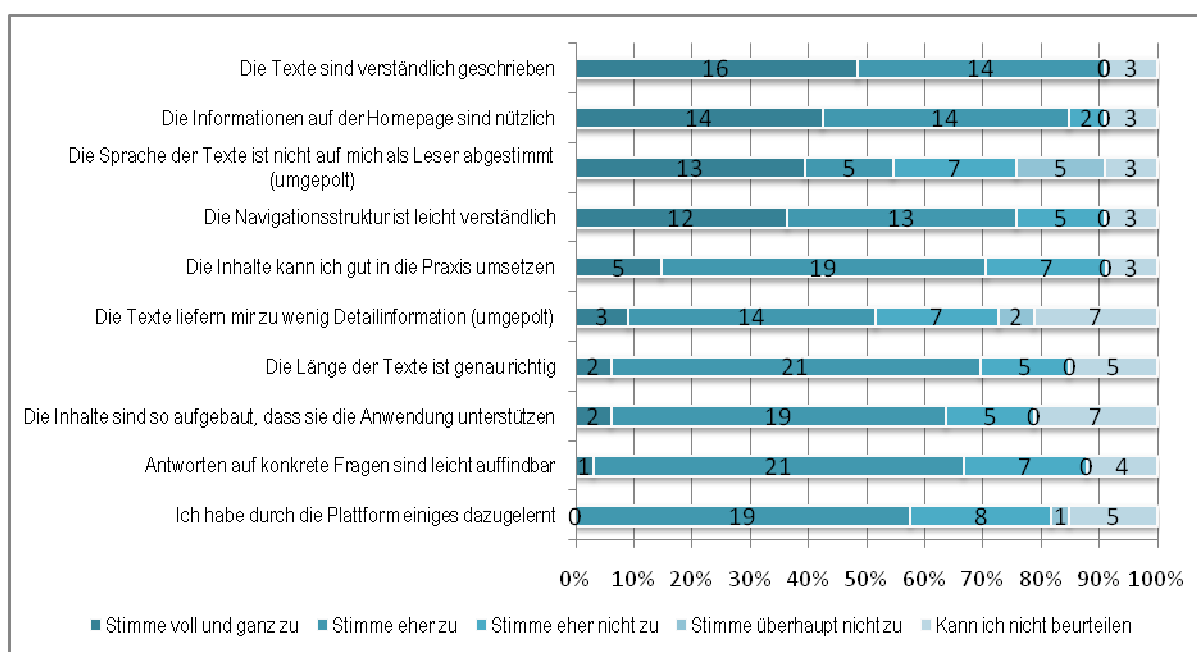


Abbildung 8: Aussagen zur Website. Angaben in absoluten Zahlen (n=33).

Auch bei der Plattform ist die Bewertung wie bei den Tutorien etwas schlechter, als bei der individuellen Beratung. Zwei Drittel bewerten die Plattform als eher hilfreich, ein Fünftel als sehr hilfreich, drei Personen meinen, sie sei weniger und eine Person, sie sei nicht hilfreich. Zwei Personen enthalten sich der Stimme.

Die Inhalte der Lernumgebung wurden so entwickelt, dass sie den Lerner direkt ansprechen, anwendungsorientiert strukturiert sind (d.h. die Schritte, die beim wissenschaftlichen Arbeiten vollzogen werden, abgebildet werden) und auch die konkrete Umsetzung ermöglichen. In Bezug auf diese Ziele erfährt die Plattform eine durchwegs positive Bewertung (vgl. Abbildung 8).

Am besten schneiden die Verständlichkeit der Texte und die Nützlichkeit der Informationen ab. Die Kontrollfrage („Die Sprache der Texte ist nicht auf mich als Leser abgestimmt“) zeigt eine leichte negative Verschiebung, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass nicht alle Befragten die doppelte Verneinung anwenden konnten. Die Frage zur Anwendungsorientierung der Texte wird von gut zwei Drittel der Befragten positiv beantwortet. Die Navigationsstruktur wird von zwei Drittel der Befragten als gut eingestuft. Lediglich die Frage nach dem eigenen Lernfortschritt wird kritischer gesehen, liegt aber noch immer im überwiegend positiven Bereich. Da es aber momentan noch keine Selbstassessment-Aufgaben gibt, die einem helfen würden, den Lernfortschritt auszumachen, ist die Antworttendenz hier verständlich.

Überdeterminiertheit und Weiterentwicklung der Seite

Die Website ist aufgrund des zugrundeliegenden Prinzips der Überdeterminiertheit an manchen Stellen redundant, da sie multiple Zugänge zu den Inhalten ermöglicht. Generell überwiegt auf der Lernumgebung der Fließtext, der an manchen Stellen von Visualisierungen, Bildern, Screencasts oder Videos unterbrochen wird. Um die Darstellung der Inhalte noch näher an den Bedürfnissen der Studierenden zu orientieren, wurde gefragt, was sich die Studierenden für die Weiterentwicklung der Seite wünschen.

Von den Befragten, die www.i-literacy.de schon einmal genutzt haben, wird am häufigsten der Wunsch nach einem Ausbau des Angebots an Screencasts genannt, gefolgt von der Erweiterung des Textes. Visualisierungen werden ebenfalls als wichtig eingestuft, während Videos und Podcasts als weniger wichtig für die Weiterentwicklung der Seite gesehen werden. Dass lediglich zwei Personen angeben, es solle keine Weiterentwicklung („k.W.“ in der Abbildung) geben, zeigt, dass die Seite an vielen Stellen noch Potential hat.

Masterstudierende fordern zu einem höheren Anteil einen inhaltlichen (textlichen) Ausbau der Seite und mehr Bilder und Visualisierungen. Dies erklärt sich durch das tiefere Verständnis was Grundlagen angeht, das sich aus dem Studienfortschritt ergibt. In Bezug auf die anderen Medien gibt es keine Unterschiede in Bezug auf den Studienfortschritt.

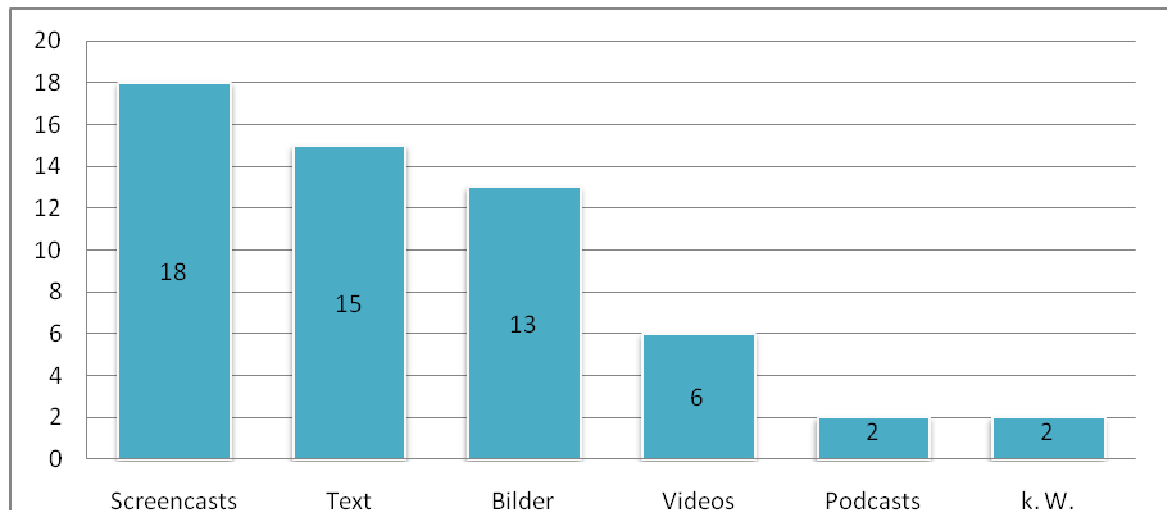


Abbildung 9: Was wünschst du dir für die Weiterentwicklung der Seite? Angaben in absoluten Zahlen (n=33).

Vier Personen geben im Feld „Sonstiges“ Hinweise auf den Wunsch der Weiterentwicklung, die aufgrund ihrer inhaltlichen Ausrichtung der Frage „Welche Angebote fehlen dir noch im Projekt i-literacy“ zugeordnet wurden.

Studienphasen

Die Ausrichtung an Studienphasen wurde mit Hilfe der qualitativen Interviews (n=8) überprüft. Tendenziell wurden die Studienphasen in den persönlichen Modellen der Befragten wiedergegeben. Drei Befragte reduzierten die Anzahl der Studienphasen von insgesamt fünf auf drei Studienphasen, zwei davon im Bachelor und eine im Master. Ergebnis der Interviews war außerdem, dass der Bedarf an Angebot prinzipiell individuell ist, sich aber drei Schwerpunkte festmachen lassen. Die Studierenden stimmten überein, dass es ein Einführungsangebot geben muss sowie ein Angebot zur Unterstützung bei den zwei Abschlussarbeiten. In den dazwischenliegenden Phasen (vom zweiten bis fünften Bachelor- und vom ersten bis dritten Mastersemester) benötigen die Studierenden lediglich Hilfe zur Selbsthilfe, sprich die Online-Plattform oder die Möglichkeit, die Sprechstunden zu nutzen. Besteht noch anderer Bedarf, so ist er äußerst individuell und kann nicht durch ein Tutorium abgedeckt werden, da die Themenfelder zu unterschiedlich sind. Insgesamt wird die Abstimmung auf die Studienphasen als sehr sinnvoll erachtet (v.a. da das vorhandene Angebot meistens mit dem gewünschten Angebot übereinstimmt) und auch an mehreren Stellen die Möglichkeit vielfältiger Zugänge gelobt.

Auswertung der offenen Fragen & Verbesserungsvorschläge

Die Antworten auf die Frage, welche Angebote noch im Projekt i-literacy fehlen, können in Tabelle 9 nachgelesen werden. Der Hinweis, Beispiele einzubauen, zeigt, dass die Verknüpfung zur Plattform w.e.b.Square, auf der in regelmäßigen Abständen ausgezeichnete Abschlussarbeiten (welche als Beispiele dienen können) veröffentlicht werden, noch nicht gut umgesetzt ist. Interessant ist hier, dass hauptsächlich inhaltliche Gestaltungsvorschläge gemacht wurden, jedoch keine Vorschläge zur Struktur (z.B. mehr verpflichtende Tutorien).

Tabelle 9: Offene Frage: Welche Angebote fehlen dir noch im Projekt i-literacy?

Welche Angebote fehlen dir noch im Projekt i-literacy?
Beispiele (2 x)
Checkliste für Hausarbeiten
Hilfe bei Zeichensetzung
Inhalte zur empirischen Sozialforschung
Videos ergebnisorientierter / hilfreicher gestalten
Zitationsregeln ausbauen
Mehr auf Unterschiede der Fachrichtungen bei der Zitation eingehen

n=8.

Die strukturellen Verbesserungsvorschläge kamen jedoch in den qualitativen Interviews zur Sprache. Hier zeigte sich, dass das Angebot zu umfangreich ist und die Studierenden hauptsächlich Unterstützung während der Studieneingangs- und der Studienausgangsphase benötigen. „Ganz am Anfang, wenn man die erste Hausarbeit schreiben muss, Bachelorarbeit und Masterarbeit“ (Interview II, 05:05), sind die Phasen, in denen laut der Befragten Angebote nützlich sind. „Dazwischen macht man ja Sachen, die einem bekannt sind. Also wenn ich jetzt mal meine erste Hausarbeit geschrieben hab, dann kann es vielleicht auftreten, dass ich dann nochmal eine Frage habe, aber finde ich jetzt sehr unwahrscheinlich.“ (Interview II, 05:46).

Die offene Frage zu abschließenden Anmerkungen beantworteten 14 Personen. Häufig nennen die Befragten die Nützlichkeit des Angebots (acht Mal in Bezug auf verschiedene Aspekte). Allgemein wird das Projekt gelobt, aber auch kritisiert, dass es zu wenig bekannt sei.

Tabelle 10: Offene Frage: Abschließende Anmerkungen zum Projekt

Willst du abschließend noch etwas zur Umfrage oder zum Projekt i-literacy anmerken?
Nützlich / hilfreich (4 x)
Gute Idee, Nützlich / hilfreich für Studienanfänger und Abschlussarbeitschreibende
Nützlich / hilfreich, Schwerpunktsetzung bei Tutorien wird bemängelt
Nützlich / hilfreich, v.a. Bereich zur Literaturrecherche; Vorschlag Ausbau des Bereichs Literaturverwaltung
Nützlich / hilfreich, besonders die Videos
Gutes Projekt (2 x)
Mehr Bekanntmachen (2 x)
Gute Idee; Beratung durch gleichaltrige Tutoren wird bemängelt
Gute, individuelle Beratung

n=14.

Bei den qualitativen Interviews wurden Verbesserungsvorschläge erhoben. Die meisten bezogen sich auf die Verbesserung der Bekanntheit des Angebots oder den inhaltlichen Ausbau der Website, es wurde jedoch auch der Wunsch geäußert, das Unterstützungsangebot für die Phasen der Abschlussarbeiten zu intensivieren: „Und dann eben vielleicht noch dieses Ange-

bot ... intensivieren zu diesen Stoßzeiten, also Bachelorarbeit, Masterarbeit, weil man sich ja dann doch ziemlich allein gelassen fühlt am Anfang.“ (Interview III, 18:45)

Tabelle 11: Verbesserungsvorschläge im Rahmen der qualitativen Interviews

Verbesserungsvorschläge
Bekannter machen. (3 x)
Inhaltlicher Ausbau des Online-Textes (mehr Methoden, mehr Zitation). (2 x)
Angebot zur Phase der Abschlussarbeit intensivieren. (2 x)
Kommunizieren, mit wem man Kontakt hat, wer hinter dem Angebot steckt.
Kommunizieren, dass es Betreuung über gesamten Studienverlauf hinweg gibt.
Hinweisen, dass Angebot auch für Masterstudierende geeignet ist.

n=8.

6.3 Folgerungen

Das Angebot von i-literacy wird insgesamt als sehr gut bewertet; die Studierenden, die das Angebot genutzt haben, schätzen es als nützlich und im Umfang größtenteils genau richtig ein. Die Evaluation zeigte jedoch auch, dass das Angebot zu wenig bekannt ist und dass es manchen Befragten nicht möglich ist, Teilangebote i-literacy zuzuordnen. Dies mag am vielfältigen Angebot, das sich durch das zugrundeliegende Prinzip der Überdeterminiertheit ergibt, liegen, aber auch an der mangelnden Bekanntheit. Die zu Beginn des Projektes entwickelten Studienphasen und das auf sie abgestimmte Angebot findet großen Anklang und stimmt größtenteils mit den tatsächlich feststellbaren Studienphasen überein. Aus den Ergebnissen der Online-Umfrage können die folgenden Verbesserungsvorschläge abgeleitet werden:

- **Angebot einschränken und spezialisieren.** Aus der Evaluation des Angebots lässt sich ableiten, dass es im Studium auch Phasen geben darf, in denen kein Angebot, außer den Sprechstunden und der Online-Plattform notwendig ist. Vielmehr sollten die Bemühungen für die Anfangsphase und die Phasen, in denen Abschlussarbeiten geschrieben werden, verstärkt werden, denn das sind die Abschnitte, in denen die Studierenden die meiste Betreuung brauchen. Durch ein neues, abgespecktes Konzept können einerseits Ressourcen gespart, andererseits aber auch dem Bedarf der Studierenden entsprochen und die Übersichtlichkeit der Angebote erhöht werden. Das neue Angebot könnte demnach folgendermaßen aussehen:

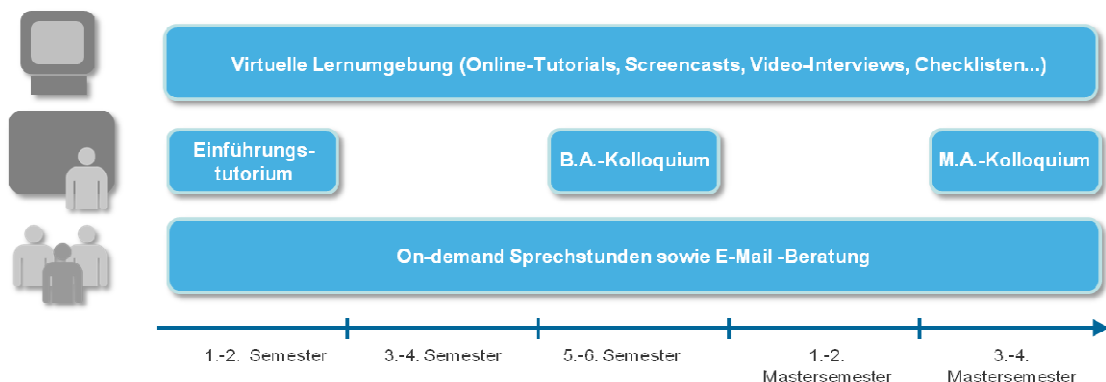


Abbildung 10: Modifiziertes Angebot von i-literacy nach Studienphasen (in Anlehnung an HEINZE, SPORER & JENERT, 2008)

- **Website erweitern.** Die Website, die zeigte auch die Umfrage, hat noch Verbesserungspotential, v.a. hinsichtlich der Erweiterung durch Screencasts, Videos oder Abbildungen, aber auch inhaltlicher Natur. An vielen Stellen taucht wiederum die Zitation als ein Kristallisationspunkt auf.
- **Angebot klarer kommunizieren.** Viele Stimmhaltungen im Rahmen der Online-Umfrage ergaben sich aus einem schlechten Kenntnisstand über das Projekt i-literacy. Zukünftig sollte hier das Angebot an sich stärker beworben, aber auch das zugrundeliegende Konzept besser bekannt gemacht werden. Die einzelnen Teilbereiche sollten in der Folge klarer dem Gesamtkonzept von i-literacy zugeordnet werden können.

7 Ausblick und Konzept für formative Evaluation

Mit der abschließenden Evaluation des Konzeptes konnten wesentliche Erfolge festgehalten und gleichzeitig Verbesserungspotential aufgedeckt werden. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass i-literacy sein Angebot spezialisieren und vor allem die „Stoßzeiten“, sprich die Phase der Abschlussarbeiten, stärker betreuen sollte. Das Projekt muss bekannter werden, um sich im Alltag der Studierenden fix zu etablieren. Außerdem soll die Website noch entsprechend der Verbesserungsvorschläge erweitert und angepasst werden.

Das Projekt i-literacy befindet sich nach einer dreijährigen Konzeptions- Implementierungs- und Evaluationsphase nun im Regelbetrieb, was jedoch nicht bedeutet, dass es nicht noch verbessert werden kann.

Aufgrund der sich ändernden Bedürfnisse der Studierenden soll das Projekt auch weiter durch eine formative Evaluation begleitet werden, welche von E-Learning Experten als die stärker ergebnisorientierte Form der Evaluation betrachtet wird (NIEGEMANN ET AL., 2008). Das Konzept für diese Evaluation orientiert sich an den Angebotsformen von i-literacy:

Die Online-Lernumgebung wird durch eine eingebaute Feedbackschleife evaluiert. Hier gibt es nach jedem Modul für die Leser die Möglichkeit, einen kurzen Feedbackbogen auszufüllen und abzuschicken und so die Qualität des Moduls zu bewerten. Diese Feedbackbögen werden an einem zentralen Ort in einer Datenbank gesammelt und in regelmäßigen Abständen ausgewertet. Als Evaluationsebene wurde die Modulebene (im Gegensatz zur Kapitelebene) gewählt, da bei einer laufenden Evaluation darauf geachtet werden muss, nicht zu viele Daten zu sammeln, die dann vielleicht nicht ausgewertet werden können.

Die Beratungsangebote (Sprechstunden- und E-Mail-Beratung) werden ebenfalls automatisiert evaluiert: Jeder Studierende, der die Beratung in Anspruch nimmt, erhält im Anschluss per E-Mail einen Link zu einer Online-Befragung, in der er/sie die Beratung bewerten soll und die Möglichkeit hat, ein kurzes Feedback zu geben.

Lediglich die organisatorische Säule mit den teilweise ins Curriculum eingebetteten Tutorien und Workshops wird der Einfachheit und des höheren Rücklaufs wegen per Paper-Pencil-Befragung evaluiert. Auch hier kommt ein standardisierter Fragebogen zum Einsatz, der aber je nach inhaltlicher Ausrichtung des Tutoriums angepasst werden kann.

Die Überprüfung der Usability und die summative Evaluation ist mit diesem Artikel abgeschlossen. Zukünftig wird die Website als Open Educational Resource zum Download zur Verfügung stehen. Umso wichtiger ist es, dass die Akzeptanz und die Usability der Seite überprüft wurden.

Es ist zu empfehlen, in etwa vier Jahren, wenn das erste Mal ein Studierendenjahrgang die Angebote des Projekts während des gesamten Studiums zur Verfügung hatte, erneut eine Evaluation durchzuführen. Wenn die Studierenden das Angebot während des gesamten Studiums zur Verfügung hatten, fällt es ihnen leichter, das Angebot rückblickend zu bewerten (z.B. in Bezug auf die Passung zu den Studienphasen). Außerdem kann der Erfolg der Usability-Verbesserungen und der Anpassungen des Gesamtangebots überprüft werden.

Literaturverzeichnis

- ACLR – Association of College and Research Libraries (2000). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. Online verfügbar unter: <http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/publications/whitepapers/presidential.cfm>. (15.11.2009).
- Döring, N. (2009). Phasen der Evaluationsforschung. In H. Holling & N. Birbaumer (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Methodologie und Methoden: Evaluation. Grundlagen und statistische Methoden der Evaluationsforschung* (S. 99–134). Göttingen: Hogrefe.
- Ehlers, Ulf-Daniel (2006). Bildungsrelevante Qualitätsentwicklung: Qualitätskompetenz als Grundlage für Partizipation im Qualitätsprozess. In A. Sindler, C. Bremer, U. Ditterl, P. Hennecke, C. Sengstag & J. Wedekind (Hrsg.), *Qualitätssicherung im E-Learning*. Münster: Waxmann.
- Flick, U. (2006). *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung* (4. Aufl., vollst. überarb. und erw. Neuausg.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Frommann, U. (2005). *Die Methode „Lautes Denken“*. e-teaching.org. Online verfügbar unter: http://www.e-teaching.org/didaktik/qualitaet/usability/Lautes%20Denken_e-teaching_org.pdf (18.01.2010)
- Glowalla, U., Herder, M., Süße, C., & Koch, N. (2009). Methoden und Ergebnisse der Evaluation elektronischer Lernangebote. In L. J. Issing & P. Klimsa (Hrsg.), *Online-Lernen. Handbuch für Wissenschaft und Praxis* (S. 309–328). München: Oldenbourg.
- Heinze, N. (2008). *Bedarfsanalyse für das Projekt i-literacy: Empirische Untersuchung der Informationskompetenz der Studierenden der Universität Augsburg*. Arbeitsbericht Nr. 19. Professur für Medienpädagogik, Universität Augsburg. Online verfügbar unter: <http://www.imb-uni-augsburg.de/institut/biblio/bedarfsanalyse-f-r-projekt-i-literacy-empirische-untersuchung-informationskompetenz-> (15.11.2009).
- Heinze, N., Sporer, T. & Jenert T. (2008). *Projekt i-literacy. Modell zur Förderung von Informationskompetenz im Verlauf des Hochschulstudiums*. In: S. Zauchner, P. Baumgartner, E. Blaschitz & A. Weissenböck (Hrsg.). *Offener Bildungsraum Hochschule - Freiheiten und Notwendigkeiten* (S. 83–92). Band 48. Waxmann. Münster.
- Heinze, N. & Schnurr, J. M. (2009a). *i-literacy - Konzeption, Entwicklung und Implementation eines Modells zur Förderung von Informationskompetenz*. Arbeitsbericht Nr 24. Professur für Medienpädagogik, Universität Augsburg. Online verfügbar unter: <http://www.imb-uni-augsburg.de/medienlabor/biblio/i-literacy-konzeption-entwicklung-und-implementation-eines-modells-zur-f-rderung-> (15.11.2009).
- Heinze, N. & Schnurr, J.-M. (2009b). *Informationskompetenz als Baustein für lebenslanges Lernen*. Tagungsbeitrag für den Workshop “Perspektiven des Lebenslangen Lernens – dynamische Bildungsnetzwerke, Geschäftsmodelle, Trends”. Hannover, Berlin: Gito.
- Hogenkamp, P. (2008). *Web-Usability: Modellentwicklung – Operationalisierung – Überprüfung*. Dissertation. St. Gallen: Universität St. Gallen.
- Holling, H. (2009). Grundlagen der Evaluationsforschung. In H. Holling & N. Birbaumer (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Methodologie und Methoden: Evaluation. Grundlagen und statistische Methoden der Evaluationsforschung* (S. 1–31). Göttingen: Hogrefe.

- Kerkau, F. (2009). Usability-Testing zur Qualitätssicherung von Online-Lernangeboten. In L. J. Issing & P. Klimsa (Hrsg.), *Online-Lernen. Handbuch für Wissenschaft und Praxis* (S. 330–337).
- Mayring, P. (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. Weinheim und Basel: Beltz.
- Niegemann, H.-M., Hessel, S., Hochscheid-Mauel, D, Aslanski, K, Deimann, M. & Kreuzberger, G. (2008). *Kompendium multimediales Lernen*. Berlin: Springer.
- Nielsen, J., Tahir, N. (2002). *Homepage Usability: 50 enttarnte Websites*. München: Markt und Technik Verlag.
- Rubin, J. (1994). *Handbook of Usability Testing. How to Plan, Design and Conduct Effective Tests*. New York: John Wiley & Sons.
- Wesseler, M. (2009). Evaluation und Evaluationsforschung. In R. Tippelt & A. v. Hippel (Hrsg.), *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung* (3. überarb. Auflage) (S. 1031–1048). Wiesbaden: VS.
- Wittmann, W. W. (2009). Evaluationsmodelle. In H. Holling & N. Birbaumer (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Methodologie und Methoden: Evaluation. Grundlagen und statistische Methoden der Evaluationsforschung* (S. 59–98). Göttingen: Hogrefe.

Anhang

Anhang 1: Zusammenfassung der heuristischen Evaluation der Lernumgebung

Anhang 2: Lautes Denken: Aufgaben und tabellarische Usability-Problem-Übersicht

Anhang 3: Online-Fragebogen in Printform

Anhang 4: Zusammenfassungen der qualitativen Interviews

Anhang 1: Zusammenfassung der heuristischen Evaluation der Lernumgebung

Parameter	Vorhanden	Nicht vorhanden	Irrelevant	Anmerkungen
Den Zweck der Site kommunizieren				
1. Stellen Sie den Firmennamen und/oder das Logo in vernünftiger Größe und an einer auffallenden Stelle dar.	x			
2. Benutzen Sie eine Tagline, die den Zweck der Site oder der Firma kurz zusammenfasst.		X		Eine kurze, prägnante Tagline muss gefunden werden.
3. Streichen Sie heraus, was Ihre Site vom Standpunkt des Besuchers aus wertvoll macht und wie Sie sich von Ihren wichtigsten Wettbewerbern unterscheiden.	x			
4. Heben Sie die wichtigsten Dienste deutlich hervor, damit Besucher auf der Homepage einen klaren Startpunkt haben.	x			
5. Legen Sie pro Site genau eine Seite als offizielle Homepage fest.	x			
6. Verwenden Sie auf der Haupt-Website Ihres Unternehmens das Wort „Website“ für nichts anderes als die Gesamtheit der Webpräsenz Ihrer Firma.	x			
7. Differenzieren Sie das Design der Homepage klar von dem aller anderen Seiten.		X		Die Homepage muss sich zum besseren Wiedererkennen etwas von den anderen Seiten unterscheiden.
Informationen über das Unternehmen kommunizieren				
8. Unternehmensinformationen wie „Über uns“, „Investor Relations“, „Presse“, „Jobs“ usw. sollten an einer Stelle gruppiert werden.			x	
9. Integrieren Sie auf Ihrer Homepage einen „Über uns“- Link, der zu Seiten führt, auf denen Besucher einen Überblick erhalten können und wo sich Links zu allen relevanten Details hinsichtlich Produkten, Dienstleistungen, Unternehmenswerte, Business Proposition, Mana-	x			Dieser Bereich befindet sich auf der Startseite; es wäre zu überlegen, ihn auszugliedern.

gement usw. befinden.				
10. Wenn Ihnen an der Berichterstattung über Ihr Unternehmen liegt, dann sollte sich auf Ihrer Homepage ein Link „Presse“ finden.		X		Auf den Pressebereich der imb-Website muss verlinkt werden.
11. Stellen Sie sich gegenüber den Kunden einheitlich dar, sodass sich die Website voll ins Konzept integriert und nicht für sich allein steht.	x			
12. Auf Ihrer Homepage sollte sich ein „Kontakt“-Link befinden, der zu einer Seite führt, auf der sich alle Kontaktinformationen Ihrer Firma befinden.	x			
13. Wenn Sie einen Feedback-Mechanismus anbieten, dann geben Sie den Zweck des Links an und erklären Sie, ob die Texte vom Kundenservice oder vom Webmaster usw. gelesen werden.	x			
14. Setzen Sie keine firmeninternen Informationen (die für die Mitarbeiter gedacht sind und im Intranet stehen sollten) auf die öffentlich sichtbaren Websites.	x			
15. Wenn Ihre Site irgendwelche Informationen über Besucher sammelt, sollte sich auf Ihrer Homepage ein Link „Privatsphäre und Datenschutz, „Privacy“ o. Ä. finden.			x	
16. Wenn es nicht offensichtlich ist, wie die Website Geld verdient, dann erklären Sie dies.			x	
Content-Erstellung				
17. Benutzen Sie eine auf den Benutzer abgestimmte Sprache. Benennen Sie Abschnitte und Kategorien nach dem Wert, den sie für den Besucher haben, und nicht aus der Firmenperspektive.	x			
18. Vermeiden Sie redundanten Content.	x			
19. Verwenden Sie keine schlaun Sprüche oder Marketing-Ausdrücke, die von den Besuchern nicht verstanden werden können.	x			
20. Bleiben Sie einheitlich bei der Groß-/Kleinschreibung und anderen Stilfragen.	x			
21. Beschriften Sie einen klar definierten Teil einer Seite nicht, wenn	x			

der Content selbsterklärend ist.				
22. Vermeiden Sie Kategorien und Aufzählungen mit nur einem Eintrag.	x			
23. Verwenden Sie zwischen Wörtern, die nebeneinander stehen müssen, um beim Überfliegen verstanden zu werden, nicht-umbruchfähige Leerzeichen.	x			
24. Verwenden Sie Imperative nur für verpflichtende Dinge wie „Enter a City or Zip Code“ oder erläutern Sie die Anweisung entsprechend.			x	Trifft nicht zu, da direkte Ansprache für die Lerntexte wichtig ist, um sie lesbarer und anwendungsorientierter zu gestalten.
25. Vor dem ersten Vorkommen einer Abkürzung, einer Initialenkombination, eines Akronyms o. Ä. benutzen Sie die vollen Wörter, direkt gefolgt von der Abkürzung.		x		Die fehlenden vollen Wörter sollten ergänzt werden (z.B. FAQs oder UB).
26. Vermeiden Sie Ausrufezeichen.	x			
27. Verwenden Sie Großbuchstaben zur Textformatierung selten oder gar nicht.	x			
28. Vermeiden Sie Leerzeichen oder Interpunktion zur Heraushebung.	x			
Content durch Beispiele demonstrieren				
29. Benutzen Sie Beispiele, um den Content der Site zu demonstrieren, anstatt ihn nur abstrakt zu beschreiben.	x			
30. Linken Sie von den einzelnen Beispielen zu einer Seite, die exakt diesem Beispiel gewidmet ist, und nicht zu einer allgemeinen Kategorie, zu der dieses Beispiel gehört.			x	
31. Stellen sie einen Link auf eine weitere Kategorie neben das spezielle Beispiel.			x	
32. Sorgen Sie dafür, dass klar ersichtlich ist, welche Links zu weiteren Informationen über die einzelnen Beispiele führen und welche Links zu allgemeinen Informationen über die ganze Kategorie führen.	x			
Archive und Zugriff auf alten Content				
33. Sorgen Sie dafür, dass man ohne viel Herumsuchen an alles heran-			x	

kommt, das kürzlich auf Ihrer Homepage (in den letzten zwei bis vier Wochen) gefeasured wurde, indem Sie eine entsprechende Liste einrichten und zudem alle Features in einem permanenten Archiv zugänglich machen.				
Links				
34. Differenzieren Sie Links und machen Sie sie „überfliegend“.	x			
35. Vermeiden Sie allgemeine Aufforderungen wie „hier klicken“ als Linknamen.	x			
36. Vermeiden Sie allgemeine Links wie „Mehr...“ am Ende einer Aufzählung.	x			
37. Lassen sie verschiedene Farben für besuchte bzw. nicht besuchte Links zu.		X		Besuchte links müssen an ihrer Farbe erkennbar werden.
38. Verwenden sie nicht das Wort „Links“ um Links auf Ihrer Site zu bezeichnen.	x			
39. Wenn ein Link nicht zu einer Website führt, sondern irgendetwas anderes tut – z.B. auf eine PDF-Datei linkt, einen Audio- bzw. Videoplayer aufruft, das E-Mail-Programm startet o. Ä. – dann müssen Sie dafür sorgen, dass dies aus dem Linktext eindeutig hervorgeht.	x			
Navigation				
40. Platzieren Sie den Hauptnavigationsbereich an einem besonders auffälligen Ort, am besten direkt neben dem Hauptbereich der Seite.	x			
41. Ordnen Sie die Einträge im Navigationsbereich so an, dass Ähnliches bei Ähnlichem steht.	x			
42. Vermeiden Sie mehrere Navigationsbereiche für dieselbe Art von Links.	x			
43. Vermeiden Sie einen aktiven Link auf der Homepage, der auf die Homepage verweist.		X		Auf der Startseite dürfen der Logo-Link und der Start-Link in der Navigation nicht aktiv sein.
44. Vermeiden Sie selbst gebastelte Wörter als Kategorien in der Navigation. Kategorien müssen unmittelbar von einander unterscheidbar sein –	x			

wenn Besucher Ihre Privatterminologie nicht verstehen, dann könne sie die Kategorien nicht differenzieren.				
45. Wenn Ihre Site einen Einkaufswagen einsetzt, dann linken Sie ihn von der Homepage aus.			x	
46. Verwenden Sie in der Navigation Icons nur dazu, Besuchern zu helfen, eine Klasse von Einträgen sofort zu erkennen, wie neue Produkte, preisreduzierte Produkte oder Video-Content.			x	
Suche				
47. Bieten Sie ihren Besuchern auf der Homepage ein Eingabefeld für die Suchfunktion und nicht nur einen Link auf die Suchseite.	x			
48. Eingabefelder sollten so breit sein, dass Besucher Standardsuchen auf dieser Seite sehen und bearbeiten können.	x			
49. Kennzeichnen Sie den Suchbereich nicht mit einer Überschrift. Setzen Sie stattdessen einen Button „Suche“ direkt neben das Suchfeld.	x			
50. Sie sollten auf Ihrer Homepage eine einfache Suche bieten und gleichzeitig auf eine erweiterte Suche oder Suchtipps linken, falls diese existieren.			x	
51. Die Suche auf der Startseite sollte standardmäßig die gesamte Seite durchsuchen.	x			
52. Vermeiden Sie ein Feature wie das „Web durchsuchen“ bei der Site-Suchfunktion.	x			
Direkte Links zu besonderen Diensten				
53. Geben Sie Besuchern von der Homepage aus direktem Zugang zu besonders wichtigen Diensten.	x			
54. Vermeiden Sie Services die nichts mit den Anliegen der Nutzer zu tun haben, die auf ihre Seite kommen.	x			
55. Vermeiden Sie Dienste, mit denen Browser-Funktionalitäten reproduziert werden, wie die Seite als	x			

Startseite festlegen oder in die Favoriten aufzunehmen.				
Grafiken und Animationen				
56. Verwenden Sie Grafiken um echten Content zu zeigen, und nicht nur um die Homepage zu dekorieren.	x			
57. Beschriften Sie Grafiken und Fotos, wenn ihre Bedeutung nicht aus dem Kontext des Begleittextes hervorgeht.	x			
58. Passen Sie Photos und Diagramme an die Darstellungsgröße an.	x			
59. Vermeiden Sie Hintergrundbilder mit Wasserzeichen (Hintergrundbilder mit darübergelegtem Text).	x			
60. Verzichten Sie auf Animationen, deren einziger Zweck darin besteht, Aufmerksamkeit auf eine Stelle der Homepage zu ziehen. Animation ist auf einer Homepage fast immer fehl am Platz, weil sie die Aufmerksamkeit von anderen Elementen ablenkt.	x			
61. Animieren Sie keinesfalls zentrale Elemente Ihrer Webseite wie das Logo, die Tagline oder die Hauptüberschrift.	x			
62. Überlassen Sie es den Besuchern, ob sie eine animierte Einführung in Ihrer Site sehen wollen – machen Sie dies nicht zu Ihrer Standarteinstellung.	x			
Grafisches Design				
63. Beschränken Sie die Schriftarten und Textformatierungen wie Größe, Farbe, usw. auf der Seite, denn übermäßig ausgezeichneter Text kann vom Inhalt der Worte ablenken.	x			
64. Verwenden Sie Text- und Hintergrundfarben mit großem Kontrast, um die Schrift möglichst gut lesbar zu machen.	x			
65. Sorgen Sie dafür, dass Benutzer mit einer Auflösung von 800x600 nicht horizontal scrollen müssen.	x			Eine Bildschirmauflösung von 800x600 ist heute allerdings kaum mehr verbreitet. Nach Nielsen und Loranger (2006) ist die häufigste Bildschirmgröße 1024 x 768. Bei einer Stan-

				dardgröße des Bildschirms von 1024 x 768 muss auf der Website nicht horizontal gescrollt werden.
66. Die wichtigsten Seitenelemente sollten bei der verbreitetsten Bildschirmauflösung (derzeit 1024x768) „above the fold“ sichtbar sein.	x			
67. Verwenden sie ein Layout, dass sich verschiedenen Bildschirmauflösungen anpasst.	x			
68. Verwenden Sie Logos mit Umsicht.	x			
Elemente der Benutzerschnittstelle				
69. Vermeiden Sie Schnittstellenelemente an Stellen, wo Benutzer nicht klicken sollen.	x			
70. Vermeiden Sie mehrere Texteingabefelder auf der Homepage.	x			
71. Verwenden Sie Drop-Down-Menüs sparsam, vor allem wenn die Einträge nicht selbsterklärend sind.			x	
Fenstertitel				
72. Fenstertitel sollten mit einem bedeutungstragenden Wort beginnen – normalerweise dem Firmennamen.	x			
73. Lassen Sie die Top-Level-Domain-Endung im Fenstertitel weg.	x			
74. Vermeiden Sie den Begriff „Homepage“ im Titel.	x			
75. Geben Sie im Fenstertitel eine Kurzbeschreibung der Site.	x			
76. Begrenzen Sie Fenstertitel auf weniger als sieben oder acht Wörter und weniger als 64 Zeichen.	x			
URLs				
77. Die Homepages kommerzieller Websites sollten die URL http://www.Firma.com haben (oder .de, .at, .ch usw.).		x		Die Homepageadresse ist eine andere als der Besucher in den Browser getippt hat.
78. Eine Website, die zu einem anderen Land als den USA engere Bezüge aufweist, sollte die Top-Level-Domain dieses Landes benutzen.	x			
79. Soweit möglich sollten Sie die Domainnamen für andere Schreibweisen, Abkürzungen oder häufige Verschreibungen Ihrer Site registrieren.		x		

ren.				
80. Wenn Sie verschiedene Domain-schreibweisen haben, dann legen Sie eine als die richtige fest und schicken Sie die Besucher von allen anderen Schreibweisen dorthin.			x	
News und Pressemitteilungen				
81. Überschriften sollten knapp, aber informativ sein, um mit wenig Worten möglichst viele Informationen zu transportieren.			x	
82. Schreiben und erarbeiten Sie spezielle Zusammenfassungen für Pressemitteilungen und News, die auf der Homepage gefeatured werden.			x	
83. Verlinken Sie die Überschriften, nicht die Zusammenfassungen, mit der gesamten News.			x	
84. Wenn sich alle News auf der Homepage innerhalb der aktuellen Woche ereigneten, brauchen Sie nicht jeweils Datum und Zeit in der Kurzzusammenfassung anzugeben, außer es handelt sich um eine echte Topnews mit zahlreichen Updates.			x	
Popup-Fenster und Führungsseiten				
85. Schicken Sie Besucher zur „echten“ Homepage, wenn sie die Haupt-URL eintippen oder einen Link auf Ihre Site anklicken.	x			
86. Vermeiden Sie Popup-Fenster.	x			
87. Vermeiden Sie Führungsseiten, auf denen Besucher Ihre geographische Location auswählen sollen, außer Ihre Site liegt in zahlreichen verschiedenen Sprachen vor und keine einzelne Sprache ist dabei dominant.	x			
Werbung				
88. Beschränken Sie die Werbung für fremde Firmen auf den Rand der Seite.			x	
89. Halten Sie externe Anzeigen (Werbung für fremde Firmen) so klein und diskret wie nur möglich, gemessen am eigentlichen Content der Homepage.			x	

90. Wenn Sie Werbung außerhalb des üblichen Bannerbereichs oben platzieren, müssen Sie sie als Werbung kennzeichnen, damit Besucher sie nicht mit Content Ihrer Site verwechseln.			x	
91. Vermeiden Sie Werbungskonventionen, um Features auf Ihrer Seite zu kennzeichnen.			x	
Begrüßungen				
92. Sparen Sie sich Willkommensgrüße an Ihre Besucher. Bevor Sie wichtigen Homepage-Platz an eine Grußformel verschwenden, bauen Sie besser eine Tagline ein.	x			
Technische Probleme kommunizieren und Umgang mit Notfällen				
93. Wenn Ihre Website down ist oder wichtige Teile der Website nicht funktionieren, sollten Sie das klar auf der Homepage zugeben.	x			
94. Erstellen Sie einen Notfallplan, wie bei einem Ernstfall mit kritischem Content auf der Website umgegangen wird.		X		Ein Notfallplan muss noch erstellt werden.
Credits				
95. Verschwenden Sie keinen Platz mit Credits für die Suchmaschine, die Multimedia-Agentur, ihre Lieblingbrowserfirma oder den Hersteller Ihrer Server.	x			
96. Seien Sie zurückhaltend bei der Darstellung von Auszeichnungen, die Ihre Website gewonnen hat.			x	
Neuladen oder Aktualisieren der Homepage				
97. Vermeiden Sie einen automatischen Refresh der Homepage, um Updates auf den Besuchercomputer zu pushen.	x			
98. Wenn es zu einem Refresh kommt, sollten Sie nur Content aktualisieren, der sich geändert hat, wie z.B. Updates zu Nachrichten.	x			

Anpassung an Besucher				
99. Wenn Ihre Homepage Bereiche hat, die für angepasste Informationen gedacht sind, sollten Sie an dieser Stelle keine Blanco-Version für erstmalige Besucher anzeigen – erstellen Sie stattdessen anderen Content für diese Stelle.			x	
100. Sparen Sie sich Features, mit denen Besucher das grundlegende Aussehen der Schnittstelle (wie das Farbschema) ändern können.	x			
Sammeln von Kundendaten				
101. Setzen Sie keine unerklärten Links zur Registrierung auf die Homepage. Erklären Sie (oder linken Sie wenigstens auf Informationen) stattdessen, wie Kunden von der Registrierung profitieren.			x	
102. Klären Sie Besucher über die Häufigkeit und den Nutzen von Mail-Nachrichten auf, ehe Sie nach der E-Mail-Adresse fragen.			x	
Die Community unterstützen				
103. Wenn Sie Besucher-Communities mit Chat- oder Diskussionsforen ausstatten, dann platzieren Sie nicht einfach allgemeine Links.			x	
104. Vermeiden Sie auf kommerziellen Sites ein Gästebuch.			x	
Datum und Zeit				
105. Geben Sie Datum und Zeit nur bei zeitsensibler Information an, wie News, Live Chats, Börsenkursen usw.	x			
106. Zeigen Sie Besuchern die Zeit, zu der der Content zuletzt aktualisiert wurde und nicht eine computergenerierte aktuelle Zeit.		x		Der Zeitpunkt der letzten Aktualisierung sollte eingefügt werden.
107. Geben Sie bei jeder Nennung einer Zeit die Zeitzone an.		x		Siehe 106.
108. Verwenden Sie Standardabkürzungen wie p.m. oder P.M.			x	
109. Schreiben Sie den Monat aus oder benutzen Sie Monatsabkürzungen, nicht aber Zahlen.		x		Siehe 106.

Börsenkurse und Darstellung von Zahlen				
110. Geben Sie bei Börsenkursen die Veränderung als Prozentsatz an, nicht nur die gewonnenen und verlorenen Punkte.			x	
111. Schreiben Sie die Aktienabkürzungen aus, außer die Abkürzung ist vollkommen klar, wie bei „IBM“.			x	
112. Benutzen Sie für Zahlen mit mehr als fünf Stellen einen Tausendertrenner.			x	
113. Richten Sie Zahlenspalten nach den Dezimalpunkten (bzw. – kommata) aus.			x	

Anhang 2: Lautes Denken: Aufgaben und tabellarische Usability-Problem-Übersicht

Aufgaben für 1.- und 3.-Semester (Gruppe Anfänger)

1. Finde in der Lernumgebung das Modul zum Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit.
 - Bei welchen Arbeiten ist ein Vorwort üblich?
2. Finde mit Hilfe der Suchfunktion das Kapitel mit den Informationen zum Zitieren.
 - Wann ist eine Quelle zitierfähig?
 - Wie gibt man nach den APA-Zitationsregeln eine Internetquelle im Literaturverzeichnis an?

Kehre zur Homepage zurück.

3. Findet am 23.12.2009 eine i-literacy Sprechstunde statt?
4. Welche 3 Möglichkeiten kann man nutzen, um Literatur zu organisieren?
5. Was versteht man unter unselbstständiger Literatur?

Aufgaben für 5.-Semester und Master-Studierende (Gruppe Fortgeschrittene)

1. Finde in der Lernumgebung das Kapitel zum Experiment.
 - Welche Typen von Experimenten gibt es?

Kehre zur Homepage zurück.

2. Finde heraus, ob man Bücher aus Google Books zitieren kann.
3. Gehe zum Kapitel mit dem Thema „Recherche in Bibliografien“. Was hat es für eine Bedeutung, wenn ein gelber Punkt neben einem Titeln in der Datenbank steht?
4. Du willst eine Abschlussarbeit schreiben und dafür einen Zeitplan erstellen. Wie viele Wochen musst du für das Schreiben der Rohfassung ungefähr einplanen?
5. Welches Tool kannst du als MuK-Student für Online-Befragungen nutzen? Wie bekommst du Zugang zu diesem Tool?

Kategorie *Übersichtlichkeit*

Problemschwere: Stufe 1 *irritant*

Aufgabe	Fehlerquelle	Verbesserungsvorschlag	
Welches Tool kannst du als MuK-Student für Online-Befragungen nutzen? Wie bekommst du Zugang zu diesem Tool?	Die Seite ist zu unübersichtlich, da sie sehr lang ist und der Nutzer viel scrollen muss. Das Ergebnis wird deshalb nicht sofort gefunden.	Da es sich um eine Lernumgebung handelt, sind längere Texte nötig, um Wissen zu vermitteln. Die Texte sollten deshalb nicht gekürzt werden. Durch zusätzliche Zwischenüberschriften könnte aber mehr Übersicht geschaffen werden.	P1, P4, P5

Finde heraus, ob man Bücher aus Google Books zitieren kann.	Die Tabelle im Kapitel „2.1 Publikationsformen“ ist zu unübersichtlich. Auf den ersten Blick verwirrt sie den Nutzer.	Die Tabelle sollte übersichtlicher gestaltet werden, so dass der Nutzer sofort die Unterschiede der Publikationsformen sieht.	P5
Wie gibt man nach den APA-Zitierregeln eine Internetquelle im Literaturverzeichnis an?	Die Seite ist sehr lang und unübersichtlich. Der Nutzer findet sich deshalb nicht zurecht.	Es sollten zur besseren Orientierung mehr Formatierungen und fett markierte Begriffe zu finden sein. Da „Zitieren“ als eigenständiger Unterpunkt im Kapitel „Wissenschaftliches Schreiben“ etabliert werden sollte (siehe <i>Begriffszuordnung</i>), bietet es sich an, diese Seite in mehrere aufzuteilen, um Übersichtlichkeit zu schaffen.	P3, P7

Kategorie *Schwachstelle*

Problemschwere: Stufe 2 moderate

Aufgabe	Fehlerquelle	Verbesserungsvorschlag	
Finde in der Lernumgebung das Kapitel zum Experiment. Welche Typen von Experimenten gibt es?	Der Begriff Experiment existiert nicht als Eintrag im Glossar.	Der Begriff Experiment sollte in das Glossar aufgenommen werden. Langfristig sollten weit mehr Begriffe im Glossar verzeichnet sein.	P5

Problemschwere: Stufe 3 severe

Aufgabe	Fehlerquelle	Verbesserungsvorschlag	
Finde heraus, ob man Bücher aus Google Books zitieren kann.	In den Kapiteln „Zitieren“, „Elektronische Publikationsquellen“ und „Recherche im Internet“ gibt es keinen Hinweis auf Google Books. Die entsprechende Seite befindet sich ausschließlich	Ein Hinweis auf Google Books und Zitation sollte in diesen Kapiteln erscheinen, da man ansonsten innerhalb der Lernumgebung keinen Zugriff auf die Information hat.	P4, P5

	in den FAQs.		
--	--------------	--	--

Kategorie *Begriffszuordnung*

Problemschwere: Stufe 1 *irritant*

Aufgabe	Fehlerquelle	Verbesserungsvorschlag	
Finde heraus, ob man Bücher aus Google Books zitieren kann.	Ein interner Link im Kapitel „3.4.1 Suchmaschinen“ (Recherche) hat den Namen „spezielle Suchmaschinen“. Der Link führt jedoch zum Abschnitt „wissenschaftliche Suchmaschinen“.	Der Text des Links sollte angepasst werden, damit dieser mit dem Ziel übereinstimmt.	P5

Problemschwere: Stufe 2 *moderate*

Aufgabe	Fehlerquelle	Verbesserungsvorschlag	
Finde in der Lernumgebung das Kapitel zum Experiment. Welche Typen von Experimenten gibt es?	Das Experiment ist kein eigenständiger Navigationspunkt im Bereich „Methoden“. Der Nutzer muss wissen, ob es sich beim Experiment um eine qualitative oder eine quantitative Methode handelt, um die entsprechende Seite zu finden. Der Nutzer ist genervt von der komplizierten Navigation.	Der Bereich „Methoden“ in der Lernumgebung sollte umgestaltet werden. Statt einer Aufteilung in qualitativ und quantitativ sollte der Nutzer zuerst zwischen den einzelnen Methoden wählen können. Zwischen qualitativ und quantitativ sollte erst innerhalb der Methoden aufgeschlüsselt werden.	P1, P4, P5
Finde heraus, ob man Bücher aus Google Books zitieren kann.	Das Kapitel Zitieren wird nicht entdeckt, da im erklärenden Text auf der Startseite der Lernumgebung kein Hinweis auf Zitieren zu finden ist. Der Nutzer kann sich nicht zwischen den Navigationsoberpunkten („Recherche“ oder „Wissenschaftliches Arbeiten“) sowie zwi-	Im Text auf der Startseite der Lernumgebung sollte ein Hinweis auf das Zitieren und den richtigen Navigationspunkt stehen. Ebenso sollte dieser Hinweis auf der Startseite des richtigen Kapitels „Wissenschaftliches Schreiben“ stehen. Das Kapitel „Zitieren“ sollte einen eige-	P1, P4, P5

	schen den Unterpunkten (Überarbeiten und Schreiben) entscheiden.	nen Oberpunkt im Bereich „Wissenschaftliches Arbeiten“ bekommen und vom Kapitel „Überarbeiten“ getrennt werden.	
Gehe zum Kapitel mit dem Thema „Recherche in Bibliografien“. Was hat es für eine Bedeutung, wenn ein gelber Punkt neben einem Titeln in der Datenbank steht?	In der Navigation wird nicht direkt auf „Recherche in Bibliographien“ hingewiesen.	Um dem Nutzer einen besseren Überblick über die Navigation und ihre Inhalte zu geben, sollte es möglich sein, dass die Inhalte eines Navigationspunktes bei Berührung mit dem Mauszeiger angezeigt werden.	P4
Du willst eine Abschlussarbeit schreiben und dafür einen Zeitplan erstellen. Wie viele Wochen musst du für das Schreiben der Rohfassung ungefähr einplanen?	Das Kapitel „Zeitmanagement“ wird im Navigationspunkt „Wissenschaftliches Schreiben“ vermutet und nicht bei „Themenfindung“.	Das Kapitel „Zeitmanagement“ sollte in den Oberpunkt „Wissenschaftliches Schreiben“ eingegliedert werden.	P1, P4, P5
Welches Tool kannst du als MuK-Student für Online-Befragungen nutzen? Wie bekommst du Zugang zu diesem Tool?	Um die Onlinebefragung zu finden, muss der Nutzer wissen, ob diese qualitativ oder quantitativ ist.	Besser wäre es, wenn der Nutzer sofort Zugriff auf die einzelnen Methoden hat. Das Kapitel „Methoden“ sollte in Bezug auf die Navigation umgestaltet werden.	P4
Was versteht man unter unselbstständiger Literatur?	Nutzer kennen die Bedeutung nicht und wissen deshalb nicht, wo Informationen zu dem Begriff in der Lernumgebung zu finden ist.	Auf der Startseite der Lernumgebung sollte sehr prägnant auf das Glossar und auf die Verwendung der Suchfunktion bei unbekannten Begriffen verwiesen werden.	P2, P6, P7

Anhang 3: Online-Fragebogen in Printform

Liebe MuK-Studierende,

Wir wollen es wissen: Wie gut ist unser Angebot „i-literacy“ wirklich? Und dazu brauchen wir euch! Bitte helft uns, das Angebot von i-literacy zu verbessern und füllt diesen Fragebogen für uns aus.

Der Fragebogen dauert **maximal 5 Minuten**. Solltet ihr Fragen oder Anmerkungen haben, kontaktiert uns unter tutoren@i-literacy.de.
Vielen Dank für Eure Hilfe!

Hannah Dürnberger, Michael Goj, Theresia Meyer, Stefanie Möller & Anna-Maria Schmidt

Eine Bemerkung zum Datenschutz

Dies ist eine anonyme Umfrage. Die Daten mit Deinen Antworten werden nur für wissenschaftliche Zwecke verwendet und nicht an Dritte weitergegeben.

Diese Umfrage enthält 27 Fragen.

((Hinweis: Der Abdruck entspricht nicht dem eigentlichen Aussehen der Online-Umfrage, die unter <http://umfrage.imb-uni-augsburg.de/index.php?sid=16967&lang=de-informal> erreichbar ist))



i-literacy

0% 100%

i-literacy Teilbereiche

Nun möchten wir von dir wissen, welche Bereiche von i-literacy du schon genutzt hast und als wie hilfreich du sie empfunden hast.

*Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- ☐ Sprechstunden
- ☐ Tutorien
- ☐ E-Mail Beratung
- ☐ Online-Plattform www.i-literacy.de
- ☐ Keines dieser Angebote
- ☐ Sonstiges

Fragenblock: i-literacy

1. Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy? *

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Nein. (→ Weiter mit Frage 3)
- ☐ Ja, aber ich habe es noch nicht in Anspruch genommen.
- ☐ Ja, ich habe es auch schon in Anspruch genommen.

2. Wie hast du von i-literacy zum ersten Mal erfahren?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Ja, aber ich habe es noch nicht in Anspruch genommen.‘ oder ‚Ja, ich habe es auch schon in Anspruch genommen.‘ bei der Frage 1 (Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy?)

Bitte wähle alle Punkte aus, die zutreffen:

- ☐ Über die Einführungsveranstaltung MuK (Infoveranstaltung)
- ☐ Über ein Abschlusskandidatenseminar (MuK-, KW- oder DM-aktuell)
- ☐ Über die imb-Homepage
- ☐ Über die Projekt-Homepage (www.i-literacy.de)
- ☐ Über eine Pressemeldung
- ☐ Über einen Mitarbeiter des imb (studentische Hilfskraft, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Prof, etc.)
- ☐ Über Kommilitonen
- ☐ Über die Homepage der Fachschaft (www.fsmuk.de)
- ☐ Über die Uni-Website
- ☐ Über die MuK-Ersti-Tüten
- ☐ Über Informationen/Hinweis im Seminar
- ☐ Sonstiges : _____

3. i-literacy ist ein Projekt, das dich beim wissenschaftlichen Arbeiten in der Hochschule unterstützt. Dazu gehören Sprechstunden, E-Mail-Beratung, Tutorien (z.B. Tutorium zum wissenschaftlichen Arbeiten, Tutorium im Rahmen von MuK- bzw. KW-aktuell) und eine Online-Umgebung (www.i-literacy.de).

Für wie nützlich hältst du ein solches Angebot in deinem Studium? *

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr nützlich
- ☐ Eher nützlich
- ☐ Weniger nützlich
- ☐ Nicht nützlich
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

4. Wie bewertest du den Umfang des Beratungsangebots von i-literacy? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Ja, aber ich habe es noch nicht in Anspruch genommen.‘ oder ‚Ja, ich habe es auch schon in Anspruch genommen.‘ bei der Frage 1 (Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Zu viel davon
- ☐ Genau richtig
- ☐ Zu wenig davon
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

5. Wie bedarfsgerecht findest du das Angebot von i-literacy?

Bedarfsgerecht bedeutet, dass es auf deinen Bedarf und den Bedarf deiner Kommilitonen abgestimmt ist; also dass es das liefert, was ihr wirklich braucht. *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Ja, aber ich habe es noch nicht in Anspruch genommen.‘ oder ‚Ja, ich habe es auch schon in Anspruch genommen.‘ bei der Frage 1 (Kennst du das Beratungs- und Unterstützungsangebot i-literacy?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr auf den Bedarf abgestimmt
- ☐ Eher auf den Bedarf abgestimmt
- ☐ Weniger auf den Bedarf abgestimmt
- ☐ Nicht auf den Bedarf abgestimmt
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

6. Warum hältst du ein solches Angebot für nicht nützlich?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Nicht nützlich‘ bei der Frage 3 (Für wie nützlich hältst du ein solches Angebot in deinem Studium?).

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

Fragenblock: i-literacy Teilbereiche

Nun möchten wir von dir wissen, welche Bereiche von i-literacy du schon genutzt hast und als wie hilfreich du sie empfunden hast.

7. Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt? *

Bitte wähle alle Punkte aus, die zutreffen:

- ☐ Sprechstunden
- ☐ Tutorien
- ☐ E-Mail Beratung
- ☐ Online-Plattform www.i-literacy.de

- ☐ Keines dieser Angebote
☐ Sonstiges : _____

8. Würdest du das Angebot nutzen, wenn du ein entsprechendes Problem hättest? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Keines dieser Angebote‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Ja, würde es nutzen
☐ Nein, würde eher versuchen, das Problem anders zu lösen

9. Wie oft hast du die Sprechstunde genutzt? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Sprechstunden‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ 1 Mal
☐ 2 Mal
☐ 3 Mal
☐ 4 Mal
☐ mehr als 4 Mal

10. Wie hilfreich bewertest du die Beratung, die du in den Sprechstunden erhalten hast? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Sprechstunden‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr hilfreich
☐ Eher hilfreich
☐ Weniger hilfreich
☐ Nicht hilfreich
☐ Kann ich nicht beurteilen

11. Welche Tipps oder Anregungen hast du bezüglich der Sprechstunde?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Sprechstunden‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

12. Wie häufig hast du Tutorien oder Workshops von i-literacy besucht?

Workshops sind z.B. der "Workshop zum wissenschaftlichen Arbeiten"; Tutorien sind z.B. das "Tutorium zum wissenschaftlichen Arbeiten" für Erstsemester oder auch die einmal im Semester stattfindende Sitzung für BA/MA-Kandidaten in MuK- oder KW-aktuell. *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Tutorien‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ 1 Mal
- ☐ 2 Mal
- ☐ 3 Mal
- ☐ 4 Mal
- ☐ mehr als 4 Mal

13. Wie hilfreich bewertest du die Beratung, die du in Tutorien oder Workshops erhalten hast? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Tutorien‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr hilfreich
- ☐ Eher hilfreich
- ☐ Weniger hilfreich
- ☐ Nicht hilfreich
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

14. Welche Tipps oder Anregungen hast du bezüglich der Tutorien/Workshops?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Tutorien‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

15. Wie oft hast du die E-Mail Beratung genutzt?

Zähle bitte jede Mail dazu, auch wenn du auf eine Antwort hin nochmal nachgefragt hast.

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚E-Mail Beratung‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ 1 Mal
- ☐ 2 Mal
- ☐ 3 Mal
- ☐ 4 Mal
- ☐ mehr als 4 Mal

16. Wie hilfreich bewertest du die Beratung, die du per E-Mail erhalten hast? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚E-Mail Beratung‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr hilfreich
- ☐ Eher hilfreich
- ☐ Weniger hilfreich
- ☐ Nicht hilfreich
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

17. Welche Tipps oder Anmerkungen hast du bezüglich der E-Mail Beratung?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚E-Mail Beratung‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

18. Wie oft hast du die Online Plattform www.i-literacy.de bisher genutzt? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Online-Plattform www.i-literacy.de‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ 1 Mal
- ☐ 2 Mal
- ☐ 3 Mal
- ☐ 4 Mal
- ☐ mehr als 4 Mal

19. Wie hilfreich bewertest du die Online-Plattform allgemein? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Online-Plattform www.i-literacy.de‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Sehr hilfreich
- ☐ Eher hilfreich
- ☐ Weniger hilfreich
- ☐ Nicht hilfreich
- ☐ Kann ich nicht beurteilen

20. Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen zur Online-Plattform zu?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Online-Plattform www.i-literacy.de‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle die zutreffende Antwort aus:

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Keine Ant- wort
Die Länge der Texte ist genau richtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Texte sind verständ- lich geschrieben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antworten auf konkrete Fragen sind leicht auf- findbar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sprache der Texte ist nicht auf mich als Leser abgestimmt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen auf der Homepage sind nütz-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Keine Ant- wort
lich.					
Die Navigationsstruktur ist leicht verständlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Inhalte kann ich gut in die Praxis umsetzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe durch die Platt- form einiges dazugelernt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Inhalte sind so auf- gebaut, dass sie die An- wendung unterstützen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Texte liefern mir zu wenig Detailinformation.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Was wünschst du dir für die Weiterentwicklung der Seite? *

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war ‚Online-Plattform www.i-literacy.de‘ bei der Frage 7 (Welche der folgenden Teilbereiche von i-literacy hast du schon genutzt?)

Bitte wähle alle Punkte aus, die zutreffen:

- ☐ Mehr Inhalt (Texte)
- ☐ Mehr Screencasts (das sind Videos, die die Bedienung eines Programms zeigen, z.B. ein Video, wo gezeigt wird, wie man ein automatisches Inhaltsverzeichnis erstellt)
- ☐ Mehr Videos (z.B. Interviews mit Dozenten, Absolventen, Motivationsvideos)
- ☐ Mehr Bilder (Visualisierungen, Abbildungen)
- ☐ Mehr Audio-Podcasts (z.B. Interviews)
- ☐ Keine Weiterentwicklung. Die Seite passt so, wie sie ist.
- ☐ Sonstiges: _____

22. Welche Angebote fehlen dir noch im Projekt i-literacy?

Hier kannst du konkrete Inhalte nennen oder Hilfestellungen oder bestimmte Veranstaltungen etc.

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

Fragenblock: Soziodemographische Daten

23. Wie alt bist du? *

Bitte schreibe Deine Antwort hier: _____

24. Bist du... *

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Weiblich
- Männlich

25. Welchen Studiengang studierst du? *

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Bachelor Medien und Kommunikation
- Master Medien und Kommunikation
- Sonstiges : _____

26. In welchem Fachsemester befindest du dich?

Wenn du im Masterstudium bist, beginne bitte neu zu zählen, also schreib 1 wenn du im ersten Mastersemester bist. *

Bitte schreibe Deine Antwort hier: _____

27. Willst du abschließend noch etwas zur Umfrage oder zum Projekt i-literacy anmerken?

Bitte schreibe Deine Antwort hier:

Absenden der Umfrage.

Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

Anhang 4: Zusammenfassung der qualitativen Interviews

Zusammenfassung Interview I

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Medienpädagogik

1. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

P1 findet zu Beginn des Studiums ein Tutorium sinnvoll. Kurz vor Beginn der Abschlussarbeit wäre ein Tutorium zu empirischen Methoden sinnvoll um die Kenntnisse aufzufrischen. Hier wird auch ein Tutorium zur Themenfindung erwähnt, das als besonders hilfreich eingestuft wird, sowie eine Hilfe, wie man die Zeitschriftenbibliothek benutzt.

„Ja, dann so, ich hab so ein Tutorium mitgemacht im das war glaub ich im vierten Semester, wo es auch so ein bisschen um Themenfindung ging, oder so für die Bachelorarbeit. Das fand ich auch extrem sinnvoll, weil das hat mir sehr geholfen.“ (03:08) „Das Problem ist nur, dass ich das glaub ich am Anfang auch mitgemacht habe, aber so die ersten zwei Semester brauchst du Forschungsberichte irgendwie kaum, weil du jetzt nicht so damit arbeitest und bis du das dann wieder brauchst, hast du das dann wieder vergessen, wo du es herkriegst.“ (04:47)

Ein Tutorium zum Verfassen von Abschlussarbeiten wird ebenso als sinnvoll erachtet (Hinweis: P1 hat ihre Bachelorarbeit bereits im fünften Semester verfasst).

E-Mail Beratung und die Online-Plattform werden als durchgehendes Angebot eingezeichnet. Ergänzend wird ein Citavi-Kurs empfohlen, „Weil ich hab mir das während der Arbeit mal angeschaut und das war dann einfach zu kompliziert, gleichzeitig die Arbeit fertigzumachen und sich dann noch in Citavi einarbeiten“ (04:19).

Sprechstunden werden von P1 insbesondere vor der Abschlussarbeit benötigt.

„Und halt ich glaub vorher so zum wissenschaftlichen Arbeiten hat mir eigentlich immer E-Mail gereicht.“ (06:16)

Im Masterstudium benötigt P1 lediglich Sprechstunden und E-Mail Beratung.

Studienphasen

P1 unterteilt ihr Studium in insgesamt fünf Phasen, von denen sich drei im Bachelorstudium befinden und zwei im Masterstudium. Die erste Phase dauert bis zum zweiten Semester. „Das erste [Semester] ist halt so Orientierung und im zweiten steigt man so ein und im vierten und fünften war dann so die Bachelorarbeit, wo man richtig viel Unterstützung dann braucht.“ (10:43) [Anmerkung: P1 schloss den Bachelor nach fünf Semestern ab]. Das Masterstudium unterteilt sie in zwei gleich lange Phasen, von denen eine eher wenig Angebot bietet und die zweite einen klaren „Beratungs- und Betreuungsschwerpunkt“ (12:06) aufweist.

Bewertung des aktuellen Konzeptes

Konzept wird als gut bewertet und keines der Angebote wird gestrichen oder für weniger relevant erachtet. Lediglich die inhaltliche Ausrichtung des Workshops im dritten oder vierten

Semester (Methoden-Auffrischung, Themenfindung, Literaturbeschaffung und Citavi). Das Fortgeschrittenen-Tutorium, das zuvor nicht im Konzept vorgesehen war, wird von P1 als Möglichkeit gesehen, über die Bachelorarbeit zu reflektieren „Da fände ich es nicht schlecht, wenn man in dem Tutorium nochmal bewusst über seine Bachelorarbeit reflektiert oder sich noch einmal überlegt, ob das jetzt.. ja was man jetzt anders machen kann weil ich finde, das ist jetzt bei mir auch total unter den Tisch gefallen: Man ist froh, dass man das Ding erstmal weg hat und dann ist es abgeschlossen und gut. Und das ist eigentlich schade, weil ich glaube, da geht relativ viel verloren.“ (16:00) Die „durchlaufenden“ Angebote, wie Sprechstunden und E-Mail-Beratung und Online-Plattform werden schwerpunktmäßig bei der Abschlussarbeit genutzt.

Bewertung des Umfangs

Genau richtig. „Ich glaube, es ist vielen einfach nicht so bewusst, was da dann alles noch mit reinspielt. Und deswegen konnten sie es nicht beurteilen.“ (17:51)

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

P1 erklärt sich den Widerspruch dadurch, dass es den Studierenden nicht bewusst war, dass das Angebot, das sie genutzt haben, zu i-literacy gehört.

Verbesserungspotential

„Es bekannter machen.“ (19:15)

Zusammenfassung: Interview II

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Medienpädagogik

1. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

P2 sieht einen Workshop oder Tutorium im ersten Semester als angebracht. Im zweiten Semester (bei der ersten Hausarbeit) hätte sie gerne einen Ansprechpartner, der per E-Mail Fragen beantworten könnte. Bis zur Themenfindung für die Bachelorarbeit braucht sie keine Betreuung. Als Unterstützung für die Themenfindung würde sie eine Sprechstunde nutzen

„Dass ich dann bevor ich sozusagen mit meinem Professor das durchspreche nochmal so eine Sprechstunde wahrnehmen kann.“ (03:09)

Während dem Verfassen der Bachelorarbeit reicht ihr die Möglichkeit, per E-Mail Fragen zu stellen. Analog zum System im Bachelor würde sie im Master ebenfalls im dritten (sprich vorletzten) Semester eine Sprechstunde nutzen und während dem Verfassen die E-Mail Anfragen einsetzen. Bezüglich der Homepage ist sie skeptisch, ob die Informationen nicht zu allgemein gehalten sind, als dass sie ihr helfen würden, jedoch kennt sie die Homepage nicht. Ihr erscheint es sinnvoller, die Homepage ergänzend zum Einführungstutorium anzubieten.

„Aber jetzt die Homepage, ich weiß nicht, also die hab ich mir jetzt auch nicht so genau angeguckt. Und ich weiß nicht, das sind auch oft dann so allgemeine Infos, dass man das jetzt z.b.

in dem Workshop ganz am Anfang schon lernen würde. Also vielleicht braucht man im ersten - ja da ist es vielleicht nicht schlecht, wenn man da auch ne Homepage zum nachlesen hat oder so. Aber später glaub ich eher nicht, dass man das dann noch so arg gut brauchen kann.“ (04:12)

Studienphasen

Die Befragte hält drei Phasen für den Bachelor und zwei Phasen für den Master fest. „ganz am Anfang, wenn man die erste Hausarbeit schreiben muss“ (05:05), „Bachelorarbeit“ und „Masterarbeit“ sind die Phasen, in denen laut der Befragten Angebote nützlich sind. „Dazwischen macht man ja Sachen, die einem bekannt sind. Also wenn ich jetzt mal meine erste Hausarbeit geschrieben hab, dann kann es vielleicht auftreten, dass ich dann nochmal eine Frage habe, aber finde ich jetzt sehr unwahrscheinlich.“ (05:46)

Bewertung des aktuellen Konzepts

Aktuelles Konzept wird in Hinblick auf die Online-Plattform und das Einführungstutorium als gut befunden, das Tutorium im dritten oder vierten Semester wird jedoch gestrichen. „Da musste man ja eigentlich die erste Hausarbeit schon schreiben und musste sich das vorher dann schon selbst erarbeiten, also weiß ich nicht, ob man sich dann im dritten und vierten Semester sich dann noch so dafür interessiert. [...] Oder im fünften, sechsten Semester, wenn er sich auf die Bachelorarbeit bezieht. Aber wenn es jetzt nur um Hausarbeiten geht, fände ich ihn früher besser. (08:09)

Das Bachelorkolloquium wird als sehr hilfreich bewertet. Der Zweck des Fortgeschrittenen-Tutoriums erschließt sich nicht, die Befragte würde es nicht im ersetzten Mastersemester einsetzen, da sie keinen Bedarf dafür sieht.

Das Masterkolloquium ist berechtigt, sie empfiehlt in diesem Zusammenhang ein Mastertutorium anzubieten:

„Das einen dann abholt, wo man sein sollte nach der Bachelorarbeit und dann einfach nochmal speziell, was ist jetzt bei der Masterarbeit anders, was muss ich anders machen.“ (09:32)
„Was muss ich jetzt in der Masterarbeit machen, damit es einer Masterarbeit würdig ist. Was sind die Unterschiede zur Bachelorarbeit? Inwiefern muss ich da jetzt noch wissenschaftlicher arbeiten oder noch einen höheren Erkenntnisgewinn hinkriegen.“ (10:43)

Die Idee, Lernpartnerschaften einzusetzen, findet die Befragte gut zumal sie selbst bereits (ergebnislos) versucht hat, diese zu initiieren, als sie ihre Bachelorarbeit geschrieben hat.

Auch die Sprechstunden und die E-Mail-Beratung würde sie entsprechend ihrer eigenen Skizze nutzen. Bei der E-Mail Beratung hebt sie die schnelle Beantwortung der E-Mails hervor.

„Und das fand ich eigentlich gut, dass das auch so schnell beantwortet wurde, weil manchmal war das echt so, dass ich dann wusste, okay, jetzt kann ich nicht weitermachen, bis ich eine email zurückkriege. Und das ging immer schön schnell. Also das war prima“. (10:00)

Bewertung des Umfangs

Genau richtig, „alles brauchbar, auch nicht zu wenig“. (12:00)

Erklärung zu Stimmenthaltungen: „Vielleicht hatten sie ihre Note noch nicht und wussten nicht, ob sie es richtig gemacht haben.“ (12:03) Befragte erklärt sich die Stimmenthaltung mit

der noch ausstehenden Bewertung der wissenschaftlichen Fähigkeiten in Form der Bachelorarbeit. Fehlen eines Referenzpunktes, deswegen kann man den Umfang nicht beurteilen.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Fehlende Zuordnung der Angebote zu i-literacy. „Vielleicht auch weil man das nie auf einem Plan hat, was alles dazugehört, hat das irgendwie nicht alles den selben Anstrich“ (13:39). Man kann nicht alles zu i-literacy zuordnen. Empfehlung: Plan besser kommunizieren.

Verbesserungspotential

Transparent machen, mit wem man per E-Mail Kontakt hat; mit Namen, wer die E-Mail beantwortet und auf der Homepage eine „Mitarbeiter-Seite“, wo man sieht, wer aktuell die E-Mail-Beratung und die Sprechstunden macht.

Etwas mehr auf die Zitationsregeln fokussieren, denn das braucht jeder und das, das es aktuell gibt, ist zu wenig ausführlich.

Zusammenfassung: Interview III

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Kommunikationswissenschaft

1. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

Freiwilliger Einführungskurs für Erstsemester (z.B. Recherche für Referate, was es alles gibt), den man auch ggfs. nachholen kann, weil er regelmäßig angeboten wird; Sprechstunde wird immer benötigt, wenn man eine wissenschaftliche Arbeit (egal, ob Hausarbeit oder Bachelorarbeit) verfasst. Bis zur Bachelorarbeit ist die Sprechstunde eigentlich ausreichend.

Im fünften oder sechsten Semester wird eine Hilfestellung zur Themenfindung und Literaturrecherche bei der Bachelorarbeit benötigt in Form eines Tutoriums oder Workshops oder einer Sprechstunde.

Im Masterstudium braucht man auch Sprechstunden, vor allem wenn es auf die Masterarbeit zugeht. Man könnte auch einen Workshop mit anderen Masterstudierenden anbieten, um ein Thema klarer zu kriegen oder zu finden.

Studienphasen

Sieht klaren Bruch nach dem sechsten Semester, nach dem Bachelorstudium. Einen solchen Bruch sieht die Befragte nicht innerhalb des Bachelorstudiums. „Ich denk am Anfang braucht man halt noch mehr die Anleitung, so und so geht’s – die ersten zwei Semester“ (00:10:59-1). Die zweite Phase geht für die Befragte bis zum fünften Semester und in dieser Phase bräuhete sie kein Angebot zum wissenschaftlichen Arbeiten und zweifelt auch an, dass sie Angebote, nutzen würde, wenn es sie gäbe.

Im Masterstudium braucht die Befragte in den ersten beiden Semestern keine Angebote, da sie hauptsächlich Punkte sammeln wird „Ich seh jetzt hier so die ersten zwei Semester, ich denke mal, dass ich hier so den Großteil meiner Punkte machen kann.“ (00:12:57). In den

letzten beiden Mastersemestern platziert sie die letzte Phase, in der intensive Beratung und Workshops notwendig sind.

Bewertung des aktuellen Konzepts

Einführungstutorium wird für gut befunden, die virtuelle Lernumgebung kann mitlaufen, so dass man sie immer bedarfsgerecht nutzen kann. Der Workshop für das dritte und vierte Semester wird von der Befragten gestrichen, ebenso wie das Fortgeschrittenen-Tutorium. Die BA- und MA-Kolloquien findet die Befragte jedoch hilfreich. Sprechstunden werden ebenfalls für gut befunden, jedoch wird die Umsetzbarkeit der Lernpartnerschaften bezweifelt, da darin zu viel Aufwand gesehen wird.

Bewertung des Umfangs

Zu wenig.

Die Plattform ist noch zu unbekannt und man weiß allgemein nicht, was alles unter i-literacy fällt. Deswegen ist es schwierig, den Umfang zu bewerten. Außerdem nutzt jeder nur Teilbereiche und nie das gesamte Angebot, weswegen es nach Meinung der Befragten schwierig ist, eine Pauschalaussage zu treffen.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Es ist nicht genügend kommuniziert, was alles zu i-literacy gehört.

Verbesserungspotential

Bekanntheit erhöhen. Darauf hinweisen, dass es nicht lächerlich ist, sich auch im fortgeschrittenen (Master-)Semester an i-literacy zu wenden. Zu den Stoßzeiten Betreuung und Angebot intensivieren (sprich während BA- und MA-Arbeit). „Und dann eben vielleicht noch dieses Angebot, ich weiß nicht inwieweit das möglich ist, intensivieren zu diesen Stoßzeiten, also Bachelorarbeit, Masterarbeit, weil man sich ja dann doch ziemlich allein gelassen fühlt am Anfang.“ (18:45)

„Zu diesen Lernpartnerschaften: Das könnt ich mir schon vorstellen, wenn jetzt hier zwei Bachelorarbeitsstudenten, die jetzt vor der Verfassung ihrer Arbeit stehen, vielleicht zusammenarbeiten, oder so, dass man sowas anbietet.“ (19:07)

Zusammenfassung: Interview IV

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Medienpädagogik

3. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

Sinnvoll, im ersten Semester ein Tutorium oder einen Workshop zu haben. Um einen Überblick über das wissenschaftliche Arbeiten zu erlangen. Die Online-Plattform würde die Befragte über das gesamte Studium nutzen. Bei der Bachelorarbeit wird ein Angebot benötigt,

das einen speziell auf die Abschlussarbeit vorbereitet. Wie eine Sprechstunde, ein Tutorium etc.

Im Master wäre ein Angebot, das auf die veränderten Bedingungen und Anforderungen abzielt, sinnvoll. Denn Grundlagen liegen bereits vor, jedoch steigern sich die Anforderungen. Im ersten oder zweiten Semester sollte das gemacht werden, z.B. auf der Website (da man selbstständig arbeitet) oder in Form einer Sprechstunde. Eine Präsenzveranstaltung (z.B. Tutorium) wird abgelehnt, da man im Master selbstständig arbeitet und selbst entscheiden kann, was man nutzen möchte und was nicht.

Studienphasen

Ganz am Anfang, erstes, zweites Semester, wenn man die ersten Hausarbeiten auf dem Plan hat und zum ersten Mal wissenschaftlich arbeiten und recherchieren muss. Im dritten und vierten Semester wäre die Website ausreichend und zur Not per E-Mail nachfragen. In der Vorbereitung der Bachelorarbeit ist weitere Phase. „Im Master braucht man noch weniger Hilfe, weil man alles schon kennt. Deswegen würde ich einfach dieses Grundangebot (Website, Sprechstunden, E-Mail) beibehalten, aber so wirklich Phasen, glaube ich, sind da nicht zu unterscheiden.“ (07:22).

Bewertung des aktuellen Konzepts

Einführungstutorium und Sprechstunden und Website braucht man. Lernpartnerschaften ist eine gute Idee; insbesondere in der Phase der Abschlussarbeiten. Workshop im dritten oder vierten Semester wird von der Befragten gestrichen, da kein Bedarf besteht. In Vorbereitung auf die Bachelorarbeit sollte eine Präsenzveranstaltung angeboten werden und auch das Fortgeschrittenen-Tutorium, das auf die erhöhten Anforderungen im Master eingeht, wird auch als gut befunden. Auch das Master-Kolloquium wird als relevant betrachtet und sollte in die eigene Skizze aufgenommen werden.

Bewertung des Umfangs

Kann ich nicht beurteilen, da nur Teilbereiche genutzt wurden bisher.

Viele nutzen Präsenzangebote nicht oder nicht wissen, wie viele es gibt und wenn man selbst nicht in der Veranstaltung war, traut man es sich nicht zu, es zu beurteilen.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

„Vielleicht weil viele die Nutzung des Online-Angebotes nicht als Nutzung dieses also generell.. die Meisten denken wahrscheinlich, dass man eine direkte Interaktion haben muss, dass man sagen kann „ich habs genutzt“, dass man irgendwie in die Sprechstunde gegangen sein muss oder so.“ (12:28)

Verbesserungspotential

Befragter fällt nichts ein. Bewertet i-literacy als „tolles Angebot“ und denkt, dass es gerade Erst- und Zweitsemester stark nutzen.

Zusammenfassung: Interview V

Umfrage: nicht teilgenommen

Bachelorarbeit: Kommunikationswissenschaft

3. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

Plattform wäre das ganze Studium über sinnvoll. Tutorien sind in der Anfangsphase (1.+ 2. BA und 1. MA) vonnöten. Die Sprechstunde und die E-Mail-Beratung sollte ebenfalls durchgehend angeboten werden. Wenn es an die Abschlussarbeit geht, sollte es ein spezielles Unterstützungsangebot geben, wie ein Tutorium oder auch individuelle Beratung, wobei hier nicht zwangsweise auch nochmal im Master nachgefasst und erneut genutzt werden muss.

Studienphasen

P5 definiert vier Studienphasen, zwei davon im Bachelor und zwei davon im Master. Vom ersten bis zur Mitte des fünften Semesters besteht Interesse an der Unterstützung bei wissenschaftlichen Präsentationen, danach an Unterstützung für die Abschlussarbeit, wobei die Tiefe und die Qualität der Inhalte kontinuierlich ansteigt.

„Also jeweils in den Semestern, wo man die Abschlussarbeit schreibt, hat man natürlich ein spezielles Bedürfnis an wissenschaftlichem Arbeiten und in der Phase, wo man studiert, Punkte macht, da hat man ja dann wohl eher Bedürfnis an .. das Ganze herunter gebrochen auf Hausarbeiten oder dann eben Referate, oder Klausuren“ (06:35).

Gleiches gilt für das Masterstudium, wobei in der ersten Phase des Masterstudiums nicht zwangsweise ein Angebot nötig ist.

Bewertung des aktuellen Konzepts

Bewertet das Konzept als relativ identisch mit persönlichem Konzept. Workshop im dritten oder vierten Semester wird als relevant erachtet, insbesondere im Hinblick auf Referate, Projekte während dem Studium.

Bewertung des Umfangs

„Für mich persönlich eher zu viel; ich könnte mir jetzt aber durchaus vorstellen, dass andere den als genau richtig beurteilen würden.“ (11:13). P5 hat nicht alles genutzt, deswegen zu umfangreich.

„Das erkläre ich mir dadurch, dass wahrscheinlich die meisten, so wie ich, nicht die gesamte Bandbreite genutzt haben und sich in dem Fall kein Urteil darüber erlauben. Es ist natürlich schwer, etwas, was ich jetzt nicht mitgemacht habe, zu beurteilen.“ (11:55).

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Angebot kann nicht i-literacy zugeordnet werden. Oder die Studierenden haben es vergessen, dass sie es genutzt haben, aber P5 glaubt eher, dass der erste Grund zutrifft.

Verbesserungspotential

Vom Umfang her ausreichend, deswegen kein Verbesserungsbedarf. Qualität kann von P5 nicht beurteilt werden, weswegen er hier kein Urteil abgeben kann. P5 gibt Hinweis, dass er das Projekt nicht von Anfang an nutzen könnte, da es erst während seines Studiums geschaffen wurde.

Zusammenfassung: Interview V

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Kommunikationswissenschaft

1. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

Zu Beginn sollten Tutorien stattfinden (Grundlagen, Zitation, Literatur, Formalia)

„Weil ich hatte das Problem, bei der ersten Hausarbeit – ich bin da gestanden und wusste eigentlich relativ wenig über das wissenschaftliche Arbeiten, bin da ins kalte Wasser geworfen worden, deswegen finde ich es sehr wichtig, dass zu Beginn des Bachelors, im ersten, spätestens im zweiten Semester Tutorien angeboten werden, oder vielleicht sogar ein spezielles Seminar zum wissenschaftlichen Arbeiten“ (02:34). Kurz vor der Bachelorarbeit wären Sprechstunden angebracht „dass man eine Anlaufstelle hat, wo man nachfragen kann“ (03:45). Workshops oder Tutorien werden hier ebenfalls als wertvoll eingestuft, jedoch werden individuelle Beratungen als hilfreicher angesehen.

Im Master wird in den ersten beiden Semestern kein Angebot benötigt, erst im dritten oder vierten Semester wird wieder eine intensivere Betreuung notwendig. Hier wäre eine Auffrischung von Methodenkenntnissen gut, z.B. in Form eines Workshops oder Seminars, das so ausgelegt ist, dass die Studierenden die Kenntnisse auch gleich anwenden. Die Online-Plattform und die E-Mail Beratung können während des ganzen Studiums eigeninitiativ genutzt werden.

Studienphasen

P6 definiert fünf Studienphasen, drei davon im Bachelor und zwei davon im Master. Vom ersten bis zum dritten Semester werden allgemeine Hilfestellungen benötigt, danach, vom dritten bis zum fünften Semester kann das Angebot stark zurückgefahren werden, da hier insbesondere Dozenten in den jeweiligen Seminaren Ansprechpartner und Wissensvermittler sind. Hier ist eigentlich nur das Angebot notwendig, das auf Eigeninitiative beruht (sprich Online-Plattform, E-Mails, Sprechstunden). Im sechsten Semester, wenn man die Abschlussarbeit schreibt, ist die dritte Phase, in welcher man wieder verstärktes Betreuungsangebot benötigt. Vorgeschlagen werden hier auch Workshops über mehrere Tage oder übers Wochenende, bei denen man konkret an Texten arbeitet. Im Master wird in der ersten Phase wieder kaum Betreuung benötigt, „deswegen finde ich es in den ersten zwei Mastersemestern nicht so elementar, dass i-literacy konkret Angebote macht“ (14:45). Erst ab dem dritten oder vierten Semester wird intensive Betreuung in Bezug auf die Abschlussarbeit benötigt.

Bewertung des aktuellen Konzepts

Bewertet es als sehr gut, dass über die gesamte Laufzeit die Sprechstunden, die E-Mail-Beratung und die Online-Plattform angeboten werden. Auch das Einführungstutorium wird als notwendig bewertet. Workshops im dritten und vierten Semester werden als unwichtig erachtet und könnten gestrichen werden, allerdings kommt es auf das Thema an. Falls es noch nicht in den Lehrveranstaltungen abgedeckt wurde, würde P6 das Tutorium schon als nützlich einschätzen. Das Fortgeschrittenen-Tutorium ist nicht immer sinnvoll; Es könnte für externe Masterstudierende interessant sein, die ihren Bachelor woanders absolviert haben. Das Tutorium könnte dann sicherstellen, dass alle auf demselben Niveau sind. P6 bezweifelt, dass die übrigen Masterstudierenden das Angebot nutzen würden.

Bewertung des Umfangs

„Klar, schwer zu beurteilen. Aber meiner Meinung nach passt das genau. Weil jeder Student eigenständig aktiv werden kann und online nachlesen oder in die Sprechstunde gehen kann“ (22:20). Zu viel ist es definitiv nicht und auch nicht zu wenig.

Möglicherweise haben viele die Angebote noch nicht genutzt oder es ist schwierig, das generell zu beurteilen, weil man sehr individuelle Bedürfnisse hat und man nicht abschätzen kann, ob es für andere zu viel oder zu wenig ist, weil das stark von der Person abhängt.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Möglicherweise werden die E-Mail Beratung, oder die Online-Plattform nicht als Angebot betrachtet, da man hier sehr eigeninitiativ vorgehen muss und es sich nicht um Instruktion oder ausführliche Beratung handelt. Nur Workshops, Tutorien und Sprechstunden werden als Angebote gesehen.

Verbesserungspotential

Inhaltlichen Ausbau des Online-Textes (z.B. mehr Methoden).

Zusammenfassung: Interview VII

Umfrage: nicht teilgenommen

Bachelorarbeit: Kommunikationswissenschaft

3. Semester Master, bzw. Absolvent

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

P7 benötigt eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten (Tutorium). Insbesondere möchte er eine Einführung in die Bibliothek, wie z.B. Datenbanken oder elektronische Zeitschriften. Bis zum fünften Semester bzw. bis zum Verfassen der Abschlussarbeit benötigt er kein weiteres Angebot. Vor der Bachelorarbeit ist ein Angebot, z.B. ein Tutorium zur Vertiefung und Wiederholung der Inhalte sinnvoll. Es sollte länger sein, als das aktuelle Angebot im Rahmen von muk aktuell. Sprechstunden sind durchgehend anzubieten. Die Online-Plattform ist ebenfalls durchgehend zu nutzen.

Im Masterstudium wäre ein Online-Angebot, das speziell auf Masterstudierende zugeschnitten ist, denkbar.

Studienphasen

P7 erkennt vier Studienphasen, jeweils zwei im Bachelor und zwei im Master. P7 hält das erste bis vierte Semester als die erste Phase fest. Die nächste Phase ist die, in der man die Abschlussarbeit schreibt. Im Master gibt es ebenfalls zwei Phasen. Eine, in der man vorwiegend studiert und eine, in der man die Abschlussarbeit schreibt.

Bewertung des aktuellen Konzepts

Insgesamt ist das Konzept sinnvoll. Ein mögliches Thema für den Workshop im dritten oder vierten Semester wäre, wie man Hausarbeiten gut strukturieren bzw. verbessern kann. Sprechstunden werden als gut bewertet, bei Lernpartnerschaften wird angezweifelt, ob sie erfolgreich wären. Die Online-Plattform ist sehr sinnvoll, allerdings wäre eine Ausrichtung auf den Studienfortschritt anzuraten. Wenn das Master-Kolloquium allein für Masterstudierende gewesen wäre, wäre es sinnvoller. Das Fortgeschrittenen-Tutorium könnte auch im zweiten Semester platziert werden und könnte sich der Frage widmen, was im Master jetzt anders ist, als im Bachelor.

Bewertung des Umfangs

Nicht zu viel, nicht zu wenig, also genau richtig. Mehr Angebot sollte es nicht geben. Es ist schwierig einzuschätzen, wenn man selbst noch nicht so weit fortgeschritten ist im Studium. Außerdem kann man sich dazu nur äußern, wenn man das Angebot genutzt hat. Vielleicht hat man nicht alles genutzt und kann es deswegen nicht einschätzen.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Da das Angebot nicht als Gesamtangebot von i-literacy wahrgenommen wird, kann man das nicht klar zuordnen. Oder man kennt das Projekt nicht und weiß nicht, dass das Angebot zu i-literacy gehört.

Verbesserungspotential

Ende Bachelor- und Masterstudium könnte noch mehr Unterstützung kommen, insbesondere wenn es um empirische Methoden geht.

Zusammenfassung: Interview VIII

Umfrage: teilgenommen

Bachelorarbeit: Medienpädagogik

2. Semester Master

Eigenes Konzept an Angeboten zum wissenschaftlichen Arbeiten

Im ersten Semester ist eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten (Tutorium, oder im Rahmen von Lehrveranstaltungen oder Sprechstunden) sinnvoll, um die Grundlagen zu vermitteln. Wenn es darum geht, die Bachelorarbeit zu schreiben, ist ebenfalls das Angebot von muk aktuell (Abschlussarbeitskandidatenseminar) sehr sinnvoll. Gleiches gilt für die Abschlussarbeit im Master. Sprechstunden sind fortwährend sinnvoll und der Austausch mit Freunden und Kommilitonen wird explizit erwähnt. „Wichtig ist aber auch so der Austausch mit Freunden und Kommilitonen. Dass ich einfach drüber rede, dass ich sage, was schreibst du denn? Was machst du denn? Aber das versucht man ja in MuK aktuell zu machen. Aber auch, dass man so im freien Rahmen miteinander redet, ist ganz wichtig“ (05:50).

Studienphasen

P8 hält vier Phasen fest, von denen je zwei im Bachelor und je zwei im Master sind. Die erste Phase dauert bis zum fünften Semester. Die zweite Phase ist die Phase, in der man sich mit der Bachelorarbeit auseinandersetzt. Die dritte Phase im Master erfordert keine Unterstützung und die vierte Phase widmet sich der Masterarbeit.

Bewertung des aktuellen Konzepts

Findet sehr gut, dass im Masterkolloquium nur Masterstudierende sind. Auch die Online-Umgebung wird als positiv gesehen. Das Konzept ist insgesamt etwas zu umfangreich für die Befragte, da sie das Fortgeschrittenen-Tutorium und den Workshop im dritten oder vierten Semester wegstreichen würde. „Also jetzt ist mein zweites [Master]Semester vorbei und ich hab es nicht gebraucht. Weil ich wirklich die Erfahrung hatte vom ersten bis zum fünften Semester, wie alles abläuft und da habe ich jetzt keinen zusätzlichen Input mehr gebraucht.“ (12:15).

Bewertung des Umfangs

„Lieber ein bisschen zu viel, als zu wenig. Und ich denke, es ist auch übersichtlich“ (15:20). Vielleicht liegt es daran, dass man nicht weiß, was alles dazugehört.

Widerspruch zwischen zwei Fragen bei der Online-Befragung

Es ist einem nicht bewusst, was alles zu i-literacy gehört.

Verbesserungspotential

Genauer kommunizieren (evtl. mit Grafik), Kommunizieren „Okay, ich bin über mein ganzes Studium hinweg gut betreut“ (18:50)